

Pressemitteilung

„Content-Management verändert die Verlagsstrukturen“

3. Cross Media Forum in München präsentiert erfolgreiche Fallbeispiele aus der Verlagspraxis – neue Technologien und Standards ermöglichen Cross Media Publishing

Gütersloh/München, 06. Juni 2003. „Content Management ist kein Projekt, sondern ein permanenter Kernprozess, der in die Unternehmensziele der Verlage eingebunden werden muss“, forderte **Ehrhardt F. Heinold**, Geschäftsführer der Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung, auf dem **3. Cross Media Forum** am 4. Juni 2003 in München. Dass sich durch das systematische Erschließen von Inhalten Kosten sparen und neue Erlöse erwirtschaften lassen, belegten zahlreiche Fallbeispiele, die im Rahmen der Veranstaltung vor über 50 Fachleuten vorgestellt wurden. Ausgerichtet wurde das Symposium mit dem Titel „**Cross Media in der Praxis: Innovative Content Management-Anwendungen**“ von der **NIONEX GmbH**, Gütersloh, einem führenden Anbieter von Content- und Wissensmanagement-Lösungen, und der auf die Verlags- und Medienbranche spezialisierten Unternehmensberatung **Heinold, Spiller & Partner**, Hamburg, sowie weiteren Partnerunternehmen.

Um redaktionelle Inhalte, das Herzstück jeden Verlages, im Sinne einer verbesserten Wertschöpfung in verschiedenen Kanälen zu vermarkten, sind zwei wichtige Grundlagen unabdingbar: Eine zukunftssichere technische Infrastruktur und eine klare Verwertungs-Strategie. „Content ist Rohware, die in zielgruppengerechte Produkte verwandelt werden muss“, sagte Unternehmensberater Heinold. Das erfordere auch weiterhin die kreative Leistung des Menschen. „Gefragt sind in Zukunft allerdings Redakteure, die zielgruppengerecht und medienübergreifend denken.“ Kein Zweifel bestehe darüber, dass Content Management die Strukturen und Arbeitsabläufe in den Verlagen verändern wird, so Heinold: „Kosteneinsparungen ergeben sich nur, wenn Redaktions- und Produktionsprozesse weitgehend automatisiert werden.“

Dass diese Anforderung nicht zwingend mit hohen Investitionskosten verbunden ist, illustrierte **Dr. Kai Tetzlaff**, Director Content Management bei der NIONEX GmbH, anhand einer Fallstudie: So aktualisierte der wissenschaftliche Fachverlag **Walter de Gruyter**, Berlin, beispielsweise eine Verlagsreihe zeit- und kostensparend mit einem medienneutralen Redaktions- und Publikationssystem. NIONEX stellt die nötige technische Infrastruktur als Application Service Providing (ASP)-Lösung zur Verfügung und sorgt für deren kompletten Betrieb. Der Verlag muss damit weder in Hard- oder Software, noch in eigenes IT-Personal investieren. „Das ASP-Modell bietet Verlagen einen kostengünstigen Einstieg ins Cross-Media-Publishing, empfiehlt sich aber ebenso als Dauerlösung“, so Tetzlaff.

Wie sich durch Cross-Media-Publishing redaktionelle Prozesse optimieren lassen, veranschaulichte **Frank Schulte-Berger**, Projektmanager bei der NIONEX GmbH, in seinem Vortrag. Bei dem auf Arbeits- und Sozialrecht spezialisierten **BUND-Verlag**, Frankfurt am Main, bereiten Redakteure und Autoren der Verlagsbereiche Buch, Zeitschriften und Multimedia ihre Inhalte heute medienneutral auf und stellen sie in einen gemeinsamen Pool ein. Technische Grundlage dafür bildet ein Content-Management-System, das NIONEX den bestehenden Verlagsprozessen angepasst hat. Aus dem Content-Pool produzierte der BUND-Verlag automatisch ein Handbuch sowie eine CD-ROM. Demnächst wird im Rahmen der „One-Source – Multi-Channel-Strategie“ die Web-Site www.arbeitsrecht.de einem Relaunch unterzogen.

Vorgefertigte Gesamtlösungen, das wurde auf dem **3. Cross Media Forum** deutlich, gibt es im Content Management nicht. Leistungsfähige Anwendungen bestehen vielmehr aus der geschickten Verknüpfung verschiedener Komponenten – mit dem Vorteil, dass sie stets auf die individuellen Anforderungen der Verlage zugeschnitten werden können („Customizing“).

Folgende Firmen präsentierten Beispiele aus ihrer Praxis: **Acolada GmbH**, Nürnberg, **definitive systems ltd.**, Zürich, **docufy GmbH**, Nürnberg, **Druck & Media GmbH**, Kronach, **ems ePublishing AG**, Karlsruhe, und **Tridion GmbH**, München.

Weitere Informationen zum 3. CrossMediaForum erhalten Sie gern bei den aufgeführten Ansprechpartnern.

Über NIONEX GmbH

Die NIONEX GmbH, das Technologie-Unternehmen der Wissen Media Group (DirectGroup Bertelsmann), ist einer der führenden Anbieter für Content- und Wissens-Management-Lösungen. Der Technologie-Dienstleister bietet als Systemintegrator für Content-Management-Lösungen das gesamte Leistungsspektrum: von der Konzeption über die technische Realisierung bis hin zum Aufbau einer kompletten Internet- oder Wissensmanagement-Plattform. Das umfassende Know-how demonstriert nicht zuletzt [wissen.de](http://www.wissen.de), für dessen Umsetzung NIONEX verantwortlich zeichnet. Geschäftsführer der NIONEX GmbH ist Horst Gosewehr. Weitere Informationen unter www.nionex.de.

Über Heinold, Spiller & Partner

Heinold, Spiller & Partner, Hamburg, ist eine auf die Verlags- und Medienbranche spezialisierte Unternehmensberatung. Beratungsschwerpunkte im Bereich Electronic Publishing sind die Bereiche E-Business-Strategie und Content Management. Heinold, Spiller & Partner berät Verlage auch bei der Auswahl und Einführung von Content Management Systemen. Weitere Informationen unter www.hspartner.de.

Rückfragen gerne an:

Maria Kornhoff
Marketing Communication Manager
NIONEX GmbH
Tel.: +49- 5241.80-2338
Fax: +49- 5241.80-62338
E-Mail: maria.kornhoff@bertelsmann.de

Ehrhardt F. Heinold
Geschäftsführer
Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung BDU
Tel.: +49- 40- 39 86 62-0
Fax: +49- 40- 39 86 62-32
E-Mail: ehrhardt.heinold@hspartner.de