

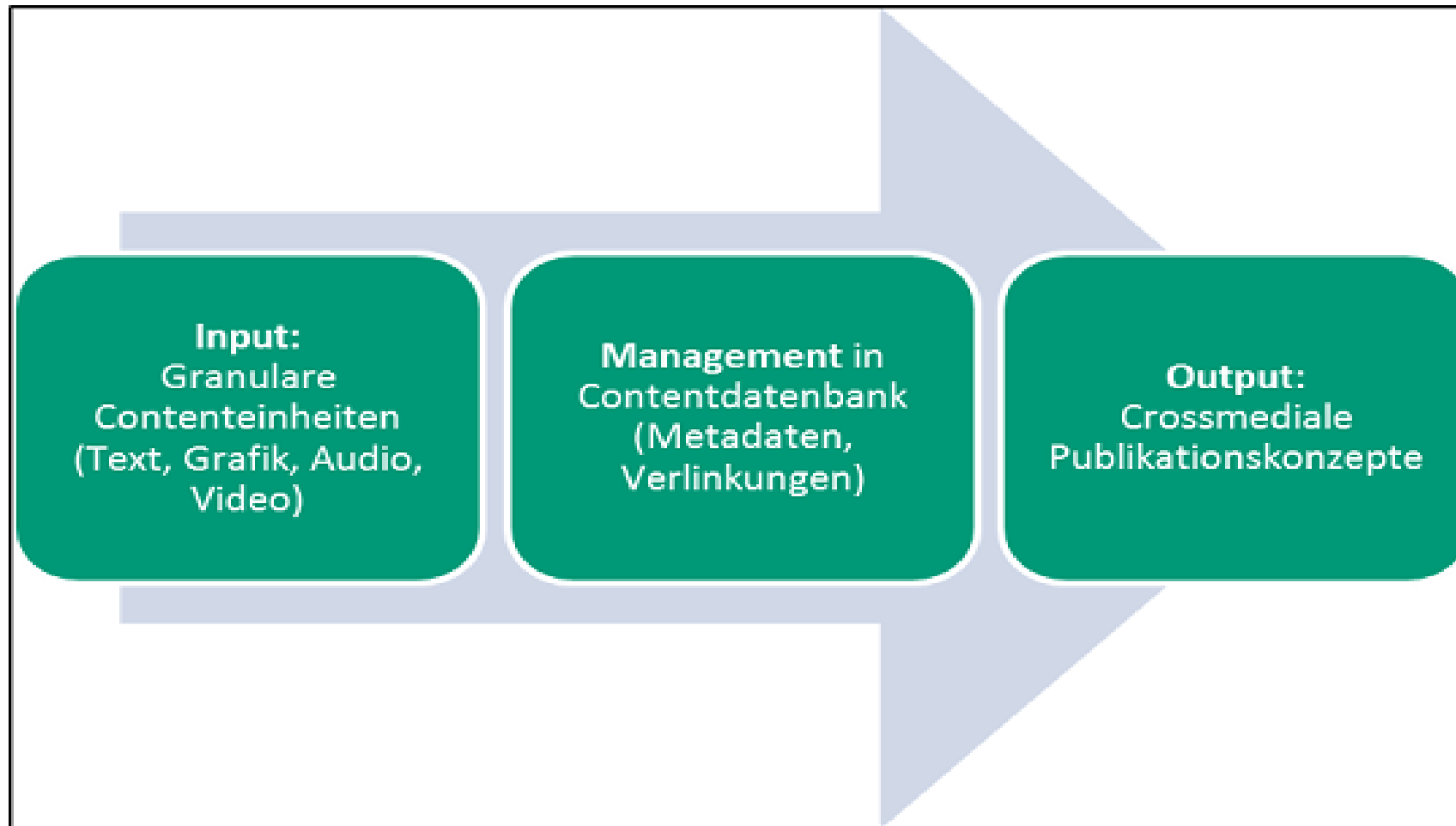


HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

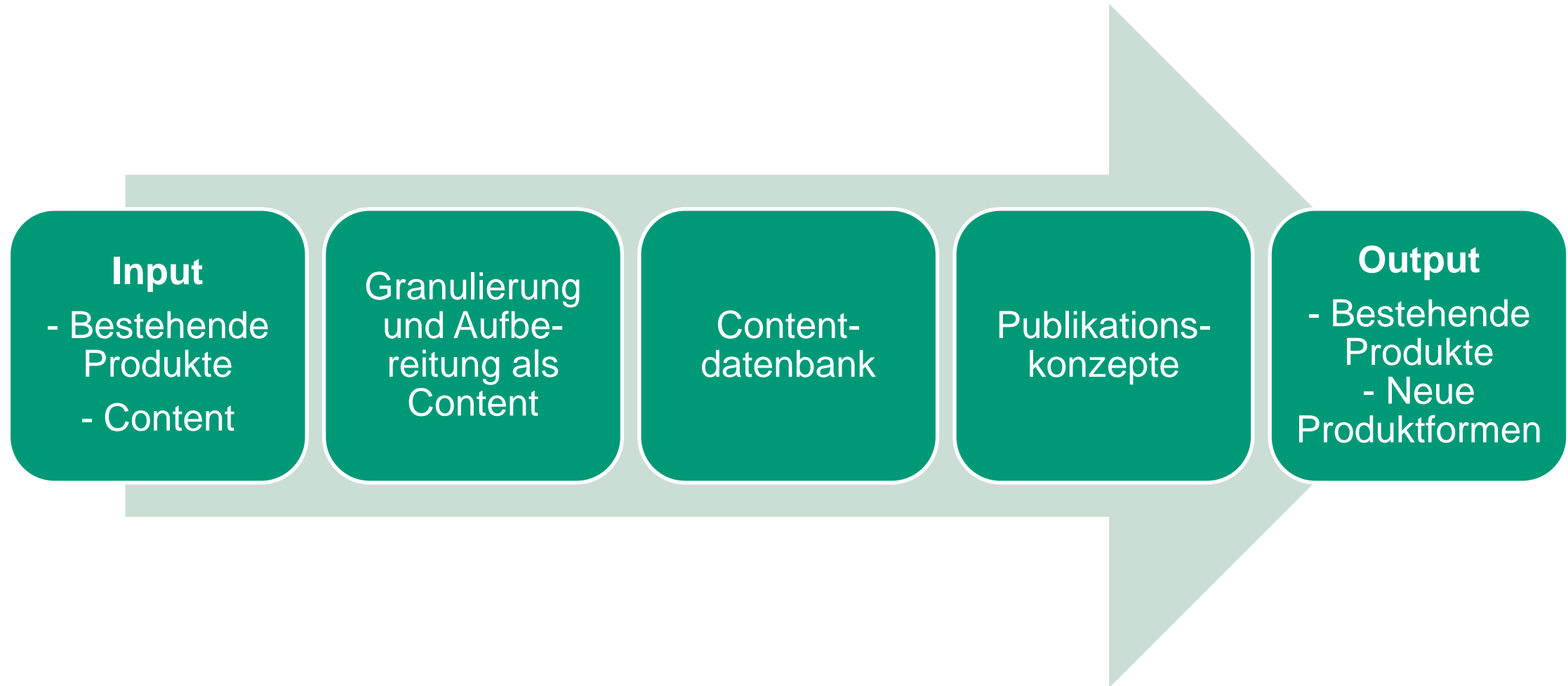
Crossmedia-Publishing – eine Bilanz

**Vom Single Source-Traum zur Multichannel-Realität
und wieder zurück**

Das Traumszenario von der Content-to-Consumer-Maschine



Die Realität: Vom Medienprodukt zum Medienprodukt



Vom Produkt zum Content

- Viele Verlage fangen nicht bei null an, sondern sie haben Produkte: Zeitschriften, Fachbücher, Reiseführer etc.
- Wie lassen sich Inhalte, die ursprünglich für gedruckte Werke geschaffen wurden, granular („medienneutral“) strukturieren?
- Die Antwort kann auch negativ ausfallen. Dann macht es mehr Sinn, neue Inhalte zu generieren, als untaugliche Printkonzepte mühselig zu migrieren.
- Der Preis: Die Inhalte müssen parallel für jeden Medienkanal gepflegt werden.
- Wer also kann, sollte nach der einheitlichen Datenbasis suchen. Dabei kann es notwendig sein, Kompromisse einzugehen: Damit Inhalte einheitlich strukturiert werden können, müssen oft Buch- und Zeitschriftenkonzepte vereinheitlicht werden. Das macht nicht allen Autoren Spaß, und für die Stars wird ein Verlag sicher Ausnahmen machen müssen...

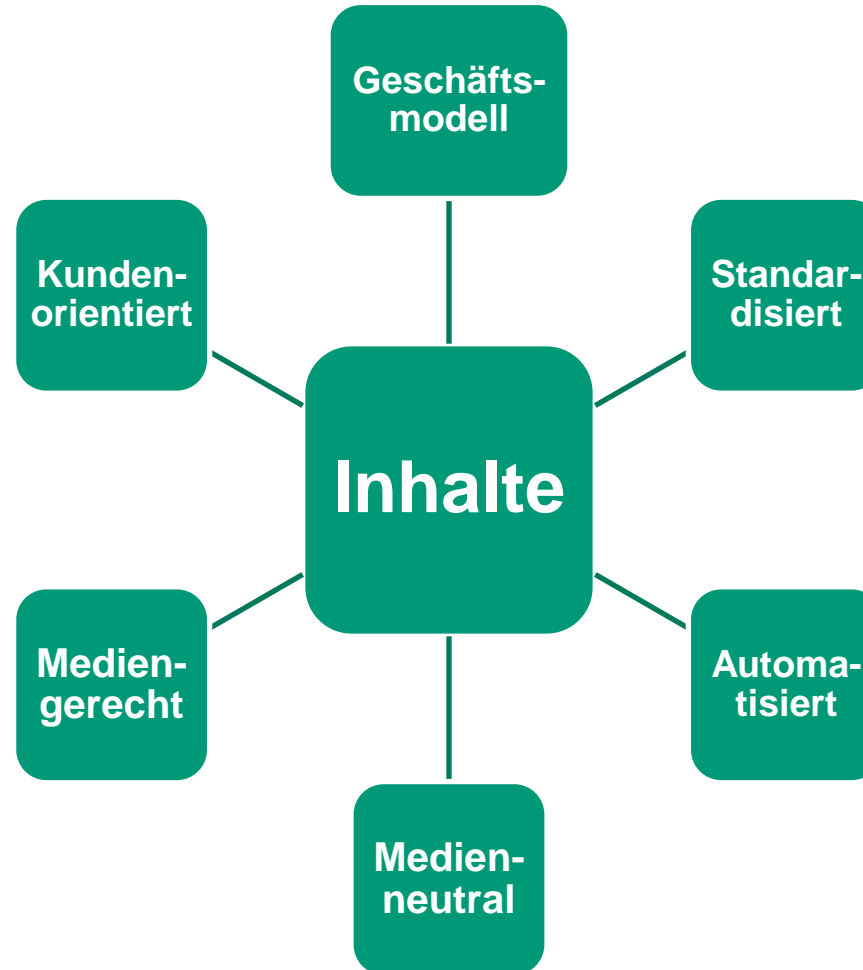


Aufbereitungsoptionen

Optionen	Maßnahmen
1:1	„Nacktes“ PDF oder HTML ohne Verlinkungen und zusätzliche Metadaten
Angereichert	<ul style="list-style-type: none">• Verlinkungen• Metadaten
Ergänzt	<ul style="list-style-type: none">• Neue Inhalte• Weitere Medien (Audio, Video)
Bearbeitet	Bearbeitung der Texte im Hinblick auf den Ausgabekanal, z.B.: <ul style="list-style-type: none">• Textlängen• SEO-Optimierung
Neu erstellt	Mediengerechte Erstellung und Aufbereitung von Inhalten



Das magische Sechseck der Contentstrategie



Entwickeln Sie eine Contentstrategie!

- Welche zukünftigen Geschäftsmodelle sind erkennbar?
- Wie können aus den Geschäftsmodellen Konzepte für die Granularisierung und Aufbereitung von Inhalten abgeleitet werden?
- Wie kann eine "L'Art pour l'Art-Strukturierung" verhindert werden, also die Erstellung von Granulaten, für die es keine (Mehrfach)Verwendung gibt?
- Wie einheitlich müssen die Granulate strukturiert sein? Welche Auswirkungen hat das auf die Printprodukte?



Entwickeln Sie eine Contentstrategie!

- Wie lässt sich der Content-Input-Prozess möglichst effektiv gestalten?
- Welches Metadatenkonzept ist sinnvoll, und wie kann dieses am effektivsten in den Workflow integriert werden?
- Wie sieht die organisatorische Umsetzung aus: Mitarbeiter, Abläufe, Verantwortlichkeiten, Projektmanagement?
- Wie sieht die datentechnische Umsetzung aus (XML, Datenbankstruktur, Metadaten)?
- Welche IT-Infrastruktur ist notwendig?



Contestategie als Gesamtkunstwerk

- Eine plausible und funktionierende Contentwertschöpfungskette ist ein Gesamtkunstwerk, das sich aus dem Geschäftsmodell ergibt.
- Deshalb müssen bei der Entwicklung und Modellierung alle relevanten Abteilungen einbezogen werden: Redaktion / Lektorat, E-Business, Marketing, Vertrieb, Herstellung und IT



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Vorname, Nachname

Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung GmbH

Behringstraße 28a

22765 Hamburg

Telefon: 040/3986620

Fax: 040/39866232

www.hspartner.de

ABC.XYZ@hspartner.de

