

## from editorial to market

Zum dritten Mal traf sich das Forum Herstellung in der Bertelsmann Repräsentanz, Unter den Linden 1, dieses Mal auch mit Gästen aus den USA und UK. **Mehr Standardisierung in den Prozessen schafft mehr Freiheit für das Produkt** – das war das Fazit der zweitägigen Konferenz. Dass Standardisierung nicht nur unter dem Gesichtspunkt von Kosteneinsparungen gesehen werden kann, sondern vielmehr den Geschäftserfolg durch mehr Spielraum in der Produktgestaltung sichert, wurde aus verschiedenen Sichten diskutiert. **Herstellung im Verlag muss sich an der Prozess-Standardisierung in seinem Industrieumfeld messen** oder wie es ein Referent am Beispiel Standardisierung durch Datenaustauschformate formulierte: „Geschäfte ohne Datenaustausch abzuwickeln wird schon bald so sein, als wollte man versuchen, ohne Telefon, Fax oder Mail zu arbeiten. Ob XML, ONIX, JDF oder EDI, man soll auf die Branchenstandards setzen!“

Forum Herstellung im Verlag 2. und 3. Mai 2006 in Berlin

# 3

### Weniger Ballast, mehr Effektivität und bessere Produkte durch Standardisierung von Produktionsprozessen

Welches Geschäftspotenzial in der Standardisierung von Produktionsprozessen liegt, war Thema des ersten Konferenztages. Dabei ging es nicht nur um Kostenreduzierung, sondern auch darum, wie Wettbewerbsvorteile und Einflussmöglichkeiten auf das Produktionsergebnis verstärkt werden können. Die standardisierte Beschreibung von Herstellprozessen ist die adäquate Antwort auf den Druck im Verlagsmarkt und verliert jeden Beigeschmack von 'Bürokratisierung' oder 'Einschränkung von Gestaltungsfreiheit'. Dass hierauf mit neuen Lösungen reagiert wird, macht eine für die Verlagswelt neue Software – das Klopotek Production Cockpit – deutlich: Mit einem Mausklick ermöglicht es, alle erforderlichen Informationen des Produktionsprozesses einzusehen und dem Hersteller aktiv zu zeigen, wann und wo etwas nicht nach Plan läuft.

The Future of Publishing war das Thema von Sheena Bassett, der Vertreterin von PIRA International, einem führenden UK-Beratungsunternehmen der grafischen Industrie. Sie sieht die „publishing industry“ ähnlich anderen Industrien der Herausforderung globaler Betreiber ausgesetzt. Buchverlage haben zwar mit den bekannten wirtschaftlichen Problemen wie Remissionen oder Kosten der Wertschöpfungskette zu kämpfen, machen sich aber zunehmend die Möglichkeiten der digita-

len Welt zunutze, die besonders durch den Kulturwandel, der mit der heranwachsenden Generation unweigerlich kommt, vorangetrieben wird.

In dem Maß wie JDF, das hierzulande wenig bekannte Dublin Core oder auch Open eBook Publication Structure (OEBPS) genutzt werden, um Content mit Metadaten anzureichern, wird es immer einfacher, Inhalte zu lokalisieren, zu klassifizieren und schließlich zu identifizieren und (entgeltlich) zu nutzen. Das alles setzt



Die Technologie hat in den letzten Jahren das Gesicht der Verlagswelt vollständig verändert – Ausgangsthese von Sheena Bassett, PIRA International, bei ihrem Vortrag *The Future of Publishing*

einen von jedem unnötigen Ballast befreiten Verlauf der Wertschöpfungskette voraus.

Kenneth Brooks von Thomson Learning, NYC, USA, widmete sich vor allem der internationalen Entwicklung der Fach- und Bildungsinformation (**International developments of professional publishing**). Er analysierte den wachsenden Marktdruck (Veränderung der Content-Vermarktung, Preisdynamik, neue Lehrmethoden) durch die Technologieentwicklung einerseits und

### Standardisierte Produktionsweise schafft Prozess-Sicherheit, die die Buchbranche dringend braucht

Matthias Moeller, Managing Director arvato systems|Technologies GmbH (links), und Ulrich Klopotek, CEO Klopotek AG, begrüßten die Teilnehmer. Sie betonten die Annäherung von Buchmarkt- und Industrie basierten Publikationsprozessen und die positiven Effekte einer standardisierten Produktion, die in Begriffen wie 'time to market' und 'total cost of ownership' zum Ausdruck kommen. Die Markt- und Technologieentwicklung ist für beide Unternehmen eine Herausforderung, der sie sich aktiv stellen; mit ihrer strategischen Partnerschaft bieten sie Verlagen

weltweit Softwareprodukte und Services in hoher Qualität. Das neue Steuerungsmodul Klopotek Production Cockpit nimmt die Forderung nach Workflow-Unterstützung für die Herstellung ernst, meldet aktiv den Prozess-Stand und entlastet den Hersteller zuverlässig in allen Steuerungs- und Kontrollvorgängen. Matthias Moeller betonte die Chancen, die neue Geschäftsmodelle bieten, insbesondere die Fragen zum Publishing eBusiness, die einen Schwerpunkt der beiden Konferenztage bildeten.





Der Referent Dr. Rüdiger Schmidt, Bosch-Druck GmbH, stellte sich nach seinem Beitrag über **Best Practice aus der Automobilindustrie** zusammen mit Helmut von Berg, Klopotek & Partner GmbH, der Diskussion

zu übertragen und Medienbrüche zu eliminieren. „Arbeiten aus einem Guss bei Verwendung verschiedener Systeme wird möglich.“

**Dr. Rüdiger Schmidt**, Mitglied der Geschäftsleitung bei **Bosch-Druck**, ein klassisches Bogen Offsetdruckunternehmen mit dem 2. Geschäftsbereich Farbdigitaldruck, ansässig in Landshut, präsentierte **Best Practice aus der Automobilindustrie**: Just-in-Time-Bordbuchliteratur, die nach Bedarf im Offset- und Digitaldruck gefertigt wird. Die Anforderungen der Automobilindustrie-Kunden sind der anspruchsvolle Maßstab, dem die Produktionsprozesse gerecht werden müssen. Synchronisierung von Bestelldaten, Produktion und Logistik führen schließlich zum Zeitgewinn als Wettbewerbsvorteil für den Kunden.

die Erwartungshaltung von Studenten oder Professoren andererseits. Dazu kommen ein härterer Wettbewerb der Anbieter und sich ändernde Gesetzeslagen. Kenneth Brooks benannte externe Anforderungen und deren Auswirkungen auf die internen Verlagsprozesse. Dabei beleuchtete er verschiedene Schlüsselfragen (wie z. B. Integration innovativer Technologien in den physikalischen supply chain process), die vom Verlagsmanagement in Angriff genommen werden müssen.

**Prozessoptimierung innerhalb der Wertschöpfungskette** war das Thema, das **Al Ivan** von der **NewPage Corporation** aus Dayton/USA und **Tom Meniga** von **freecom internet services** aus Wien anhand einer Vielzahl von jüngst entwickelten Beispielen erläuterten. Die Organisationen **XBITS** (XML Book Industry Transaction Standards, eine Arbeitsgruppe von **IDEAlliance**) und **papiNet** arbeiten erfolgreich daran, die Wertschöpfungskette für die Buch- und Zeitschriftenproduktion durch Standardisierung effektiver zu gestalten. **papiNet** sieht es als seine Aufgabe, einen eBusiness Standard für die papier- und holzverarbeitende Industrie zu entwickeln und mit anderen Standards abzustimmen.

**Enterprise Publishing – der industrielle grafische Produktionsprozess** – war das Stichwort der folgenden deutschen Beiträge:

**Rainer Rings**, GF der **Media Print Informationstechnologie**, Paderborn, vertritt ein Unternehmen, das sich aus dem Umfeld von Verlagen hin zum Dienstleister für Industrieunternehmen entwickelt hat. Sein Thema im Plenum und im Workshop war **Bestellinduzierte Produktion**. Anstatt nur über Produktionsverlagerungen ins Ausland nachzudenken, zeigte Rainer Rings mit seinem Geschäftsmodell im Bereich der Industrieproduktion, dass bei einer intelligenten Zusammenarbeit der international Beteiligten auch am Standort Deutschland im Wettbewerb mit dem internationalen Markt erfolgreich produziert werden kann. Die Standardisierung mit dem Datenaustauschformat **EDI** erlaubt, Unternehmenskosten zu senken, eindeutige Informationen

**Der Kunde (des Kunden) bestimmt den Prozess** ist der Maßstab für **Robert Höllein**, Vorstandssprecher der **buch bücher dd ag**, BtoB Dienstleister für Buchverlage in Frensdorf bei Bamberg. Wie kann die große Variabilität profitabel abgedeckt werden, wenn Kunden die freie Wahl haben? Hölleins Antwort: Standardisierung und exakte Steuerung. Im 'Krieg der Standardisierung' hat sich **buch bücher dd ag** für **XML** entschieden und will einen pragmatischen Weg mit den Kunden gehen. Das bedeutet aber auch, dass die Standardisierung feststehen muss, bevor das erste Produkt ausgeliefert wird. Hölleins Credo lautet: Intern konzentrieren – extern differenzieren! Er zeigte Beispiele erfolgreicher Geschäftsmodelle, z.B. wie Individualbücher herge-

Die Vorträge der Referenten aus dem In- und Ausland boten ein breites Spektrum spannender Themen und reichlich Stoff für die anschließenden Plenumsdiskussionen der Teilnehmer; vorn Referent Kenneth Brooks von Thomson Learning, New York



## Wie hat Ihnen die Veranstaltung gefallen?



### Helmut von Berg fragt Hermann Weixler nach seiner Meinung

Mich hat am ersten Tag vor allen Dingen der Workshop sehr interessiert, das Thema **print on demand**, das zeigt, dass wir mit Kleinaufträgen dem wirtschaftlichen Aspekt Rechnung tragen können. Es ist für uns ein Projekt, das uns im nächsten Jahr beschäftigen wird. Interessant war auch das Thema der Standardisierung, das wir heute Vormittag behandelt haben, wobei natürlich bestimmte Dinge schon bekannt sind und die Verlage auch schon in diese Richtung gehen. Besonders interessant war aber der Vortrag von buch bücher dd ag, ein Thema, mit dem ich mich im Buchbereich auch auseinandersetzen möchte.

Es ist bemerkenswert, dass die Standardisierung von Produkten und Prozessen wieder eine Renaissance erlebt und – was von technischer Seite schon seit Jahren eingefordert wird – aufgrund der neuen Anforderungen von time to market und intelligenter Nachdrucklösungen wieder eine hohe Priorität bekommt. Auch das wird eine der Kernaufgaben in der Herstellung sein. Interessant war außerdem noch das Thema Aufarbeitung der Herstellungsprozesse von der Werkstatt Herstellung. Ich sehe es als eine sehr gute analytische Aufarbeitung, so wie die Themen und Arbeitsinhalte dargestellt und auf den Punkt gebracht wurden.

Hermann Weixler,  
verlag moderne industrie

stellt und vertrieben werden. Grundlage dazu ist die Standardisierung möglichst aller notwendigen Herstellungsprozesse bis hin zu Eingriffsmöglichkeiten des Endkunden auf die laufende Produktion. Ergebnis ist ein Content, der vorhanden ist und durch seine extensive Individualisierung eine völlig neue Preispolitik erlaubt (Beispiel: [www.Parship.de](http://www.Parship.de)).

In der ersten Workshop-Runde erläuterte **Rainer Rings** unter dem Titel **Bestellinduzierte Produktion**: Im Durchschnitt fallen circa 30% der Kosten für Sachbearbeitung und Planung in der Druckerei an. Da liegt es nahe, gerade hier bei der Betrachtung der Kosten anzusetzen. Am Beispiel der Kunden Hewlett Packard und Grohe wurde deutlich, wie mehrere tausend Aufträge mit äußerst geringen Overheadkosten mittels EDIFACT abgewickelt werden können, und die Qualität der Informationsübermittlung sich wesentlich steigern lässt. Verlage müssen umdenken, es werden Prozesse benötigt, in denen print ein Weg ist und viele anderen Dinge mit dem Content auch möglich sind. Hier geht es um Prozess-Standards, die sich dadurch auszeichnen, dass sie Informationen in eine Schnittstelle liefern, von der aus sie an anderer Stelle weiter verarbeitet werden. Der Standard ist der Prozess, der Content ist für den Geschäftserfolg entscheidend.

Im Workshop **Bestandsgesteuerte Nachaufträge** fragte **Robert Höllein** „Ist das Lager noch bezahlbar – darf das Programm (noch) schmaler werden?“ und stellte das erfolgreich bei dtv eingeführte Modell der bestandsgesteuerten Produktion vor. In der Diskussion ging es um die konkreten Fragestellungen: Welche Ausstattungen sind geeignet? Bis zu welcher Auflage ist dies rentabel? Welche Bedeutung haben betriebswirtschaftliche Treiber wie Basel II, Inventur, Bestandsbewertung, etc. für die Prozessgestaltung? Auch Szenarien, aufgrund universeller Kriterien und klar definierter Qualitätsmerkmale die Entscheidung Offset-/Digitaldruck einem externen Verlagsdienstleister zu übergeben, wurden schon durchgespielt.

In seinem Workshop **Reichweitengesteuerte Produktion** sprach **Olaf Reiswig**, Her-

stellungsleiter bei **MAIRDUMONT** in Ostfildern, statt von Reichweiten lieber von Reichzeiten. Reichzeitenorientierte Produktions- und Mengenplanung ist ein vom Üblichen abweichendes, bei **MAIRDUMONT** mit Erfolg eingesetztes Konzept zur Kontrolle der Lagerbestände. Dabei geht es nicht nur um Herstellprozesse, sondern zugleich um ein hohes Potential an interner Optimierung. Schließlich können so Produktvielfalt, die Vielzahl der Vertriebskanäle und die Besonderheiten des Herstellprozesses bei der Mehrfachverwendung von Inhalten in unterschiedlichen Markenprodukten mit Erfolg gesteuert werden.

**Ulrike Störrle**, verantwortlich für die Produktionssteuerung der Reiseführer bei **MAIRDUMONT**, ist stellvertretende Herstellungsleiterin. Seit Januar 2005 arbeitet sie in der Berliner Werkstatt Herstellung am Zusammentragen und Abgleich von Geschäftsprozess-Know-how mit. Sie bezeichnete die Werkstatt als Netzwerk und Plattform für die Branchendiskussion und lobte als besonders belebendes Element der Werkstatt den konkreten Erfahrungsaustausch, bei dem die Teilnehmer aus der eigenen Erfahrung Input liefern, Ideen oder Vorschläge machen oder Fragen klären können, auf die sie allein keine Antwort finden.

Ihre ganz persönliche Darstellung **Arbeitsergebnisse der Berliner Werkstatt Herstellung** – eine standardisierte Beschreibung der Herstellprozesse – war ein überzeugender Beitrag zur weiteren Branchendiskussion.

**Diana Timm** und **Wolf-Michael Mehl** präsentierten die Produktneuheit **Klopotek Production Cockpit** – den Leitstand für die Herstellung, der Termine, Kosten und Ressourcen zuverlässig, effektiv, flexibel und aktuell kontrolliert und anzeigt. Das Klopotek Production Cockpit kommt im Sommer auf den Markt und bietet einen völlig neuen Blick auf den Geschäftsprozess der Herstellung in PPM. Mit einem Klick sind alle wichtigen Fragen im Planungs- und Produktionsprozess verfügbar. Das Tool ist individuell konfigurierbar und meldet interaktiv, wann und wo der Hersteller eingreifen muss.

## Standardisierung der Herstellprozesse – mehr Spielraum für das Ergebnis

Geschäftserfolg planen, steuern, sichern war das Thema des zweiten Tages, bei dem Online Publishing im Mittelpunkt stand. Dass Prozess-Standardisierung den Freiheitsgrad für die Prozessergebnisse erhöht, zeigte nicht nur das frappierende Beispiel des 3D-Druckers. Worin besteht der Mehrwert eines Produkts, wenn der Kunde nur noch eine Produktdatei erwirbt? Eine Frage, auf die die Branche bald eine Antwort haben muss.

Technologie getriebene Entwicklungen wie Self Publishing, Open Access und Integration von Informationsnetzwerken in Arbeitsabläufe oder die Ablösung sequentieller durch parallele Prozessfolgen verweisen auf die aktuellen Herausforderungen des Verlagsmarktes.

Wer mit neuen Vorstellungen dem Druck standhält, erkennt plötzlich eine deutlich höhere Gestaltungsfreiheit bei der Markterschließung seines Contents. Es ist auch kein Schreckgespenst mehr, dass der Kunde ein Angebot im eigenen Layout wahrnehmen will oder der Content Provider sich als Informations-Dienstleister wiederfindet. Verlagssoftware, deren Aufgabe es ist, den Erfolg der Kunden zu stärken, muss eben diesen Anforderungen Rechnung tragen – durch konsequente Standardisierung der Kernprozesse und neue Konzepte für die individuelle Gestaltung der Produkte.

David Worlock, Vorsitzender von Electronic Publishing Services, London, UK, beschrieb unter dem Titel **Publishing in the Web 2.0** Schlüsselemente, die im Planungszeitraum der nächsten drei bis fünf Jahre berücksichtigt werden sollten. Die Grenzen zwischen kommerziellem Verlegen und reiner Industrieproduktion sind heute unscharf. In der „vernetzten“

Gesellschaft ist schließlich jeder Bürger per definitionem Verleger, es gibt dabei kaum noch Zwischentöne. Der Vortrag beleuchtete sowohl zentrale Veränderungen, die sich voraussichtlich im Bereich des eMarket entwickeln werden, als auch die Gesamtzielsetzung von Verlagen, virtuelle Kommunikationsmöglichkeiten in der realen Welt zu optimieren.



David Worlock, Electronic Publishing Services, London, hatte die Aufmerksamkeit der Teilnehmer ganz auf seiner Seite, als er seine Sicht auf Perspektiven des eMarket referierte

Anna Drage, vom CMS-Anbieter **Atypon**, UK, untersuchte in ihrem Vortrag **Future trends in content management, technology, and services** das Wachstum universitärer Informationsnetzwerke und deren zunehmende Integration in die Arbeitsabläufe von Nutzern während der letzten drei Jahre. Sie bestimmte dabei die Zukunftstrends im Content Management, der

Diana Timm und Wolf-Michael Mehl präsentierten auf dem Forum die Produktneuheit Klopotek Production Cockpit





Einige der Referenten und Moderatoren des Forums, 1. Reihe von oben nach unten: Astrid Funck, Ulrike Störrle, Erhard F. Heinold; 2. Reihe von oben nach unten: Robert Höllein, Arnoud de Kemp, Anna Drage

Eine besonders willkommene Gelegenheit zum direkten Erfahrungsaustausch für die Forum-Teilnehmer boten die Workshops an beiden Tagen mit dem Schwerpunktthema Möglichkeiten im Publishing eBusiness

Technologieentwicklung und solchen Dienstleistungen, die in naher Zukunft ein strategisches Wachstum erkennen lassen. Ihre internationale Sicht bot einen Vergleich vorliegender Untersuchungsergebnisse mit den erkennbaren aktuellen Trends.

**Roswitha Nottebaum**, deutsche Vertreterin der **ARIES Corporation** mit Sitz in North Andover/Massachusetts, USA, erläuterte in ihrem Beitrag **Headlights instead of Headlines** die Thematik eines durchgängigen Lösungskonzepts (end-to-end-solution) im Herstellprozess. Herausforderungen liegen nicht nur in der so genannten Zeitschriften-Krise, sondern viel mehr in „self-publishing activities“ im Internet und der Open-Access-Bewegung, die nachdrücklich neue

Geschäftsmodelle und -strategien fordern. Während die Rolle der Protagonisten im Publikationsprozess beständig neu definiert wird, stehen die Verlage selbst vor der Herausforderung, innovative add-ons für ihre Produkte zu entwickeln, die den Geschäftswert steigern und Zeit und Kosten reduzieren.

Die Entwicklung geht aktuell dahin, sequentielle Abfolgen durch paralleles Arbeiten zu ersetzen und somit das Profil wissenschaftlicher Publikationen zu schärfen. Die Automatisierung der technischen Prozesse und die damit verbundene Etablierung von Standards sind wichtige Schritte, einen nahtlosen Arbeitsablauf von der Entstehung des Content bis zu seiner Verteilung zu etablieren.

**Arnoud de Kemp**, Sprecher des **Arbeitskreises Elektronisches Publizieren (AKEP)**, und **Ingrid Maria Spakler**, **digilibri**, Heidelberg, beschäftigten sich in der zweiten Workshoprunde mit dem Horizont **Elektronisches Publizieren 2006**. Dabei richteten sie den Fokus auf Volltextprojekte und Digital Libraries, Content Management und Asset Management sowie auf die Rolle des DOI (Digital Object Identifier).

**Benno Wloch** von der Verbraucherschutzorganisation **STIFTUNG WARENTEST**, Berlin, diskutierte in seinem Workshop **Produkte für viele Kanäle** die crossmediale Verwertung und die medienneutrale Erstellung von unabhängigen Verbraucherinformationen der **STIFTUNG WARENTEST**

für die unterschiedlichen Print- und Online-Medien.

**Helmut von Berg, Klopotek & Partner GmbH**, erklärte: „Wir wollen helfen, den Erfolg unserer Kunden zu stärken.“ und schilderte in seinem Workshop Methode und Zielsetzung des **Klopotek Check-up Herstellung**. Klopotek bietet Verlagen an, nach der Methodik des Check-up Schwachstellen, Optimierungs- und Erfolgspotenziale der aktuellen Herstellprozesse zu analysieren. Basierend auf Geschäftsmodell und Geschäftszielen des Kunden wird analysiert, in welchem Umfang die definierten Geschäftsziele – gemessen an den analysierten Fakten – erreicht werden. Am Fallbeispiel des Prestel Verlages wurde mit Unterstützung von Prestel-Geschäftsführer Stefan Gallenkamp der Erfolg der Methode veranschaulicht.

**Astrid Funck vom Bremer Medienbüro**, als freie Journalistin auch für das **Wirtschaftsmagazin brand eins** tätig, erklärte in ihrem Vortrag **3D-Drucker: Sind wir auf dem Weg zur Heimfabrik?**, wie einem hoch standardisierten Prozess ein höchst individualisiertes Produkt entspringt. Weil der Einkauf im Internet für viele Menschen bereits zum Shopping-Alltag gehört, fragte sie weiter „Was wäre, wenn der Kunde künftig kein fertiges Produkt mehr haben wollte, sondern nur noch eine Produktdatenbank?“ Das Ergebnis wäre eine Dezentralisierung der Produktion – mit noch kaum absehbaren wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Folgen.

In der nachmittäglichen, dritten Workshoprunde stellte **Jürgen Lewek, arvato systems**, Gütersloh, **GNAB** vor. Das Konzept vereinigt die kontrollierte Sicherheit eines zentralen Angebots mit der Bequemlichkeit, Effizienz und Schnelligkeit eines dezentralen Netzwerks.

Die zentrale Komponente von GNAB sichert dabei die Wahrung aller Copyrights und Unterstützung sämtlicher Regelwerke der einzelnen Lizenzgeber. Die dezentrale Komponente von GNAB ermöglicht erstmals die effiziente und damit wirtschaftliche Distribution von größeren Dateien, wie zum Beispiel von Filmen oder Spielen. Da es sich bei GNAB um eine so genannte White Label-Plattform handelt, kann jeder

Kunde das Angebot in seinem individuellen Layout betreiben.

**Andreas Herberger von Makrolog Content Management**, Wiesbaden, betitelte seinen Workshop schlicht **Wie Sie auch online (mehr) Geld verdienen** und schilderte im Workshop **Paid Content** eingehend Grundlagen, Erfahrungen und Tipps für die Praxis. Paid-Content oder Inhalt, der gegen Bezahlung verkauft wird, ist seit Jahren ein Thema bei der Internetnutzung – besonders für Verlage und Verleger. Abgesehen von der Grundsatzdiskussion, ob die im Internet vorhandene Kostenlos-Kultur eine Zukunft hat, stößt man schnell auf das Problem, wie man vom Käufer bzw. Kunden das Geld in der anonymen Welt des Internet erhalten soll, wenn man sich entscheidet, durch kostenpflichtige Inhalte quasi gegen den Strom zu schwimmen.

Der Workshop von **Dr. Michael Castner, Klopotek & Partner**, bot die Gelegenheit, das neue Steuerungstool **Klopotek Production Cockpit** näher kennenzulernen. Aufwändige Suche wird überflüssig, in individualisierten Sichten sind alle wichtigen Informationen nur einen Mausklick entfernt. Grobkalkulationen zeigen das Einsparungspotenzial, das durch geringeren Zeitaufwand und weniger Fehlermöglichkeiten entsteht. Funktionalitäten und flexible Einstellungen des Systems wurden ausführlich vorgestellt. Dabei ging es nicht nur um die rein funktionale Präsentation, sondern auch um den strukturellen System-Aufbau und das Aufzeigen unterschiedlicher Einsatzmöglichkeiten. Fragen zur Administration und Konfiguration des Systems wurden ebenso behandelt wie der sinnvolle Einsatz des Tools im Verlag.

**Gabor Kugelmann von juris**, Saarbrücken, erläuterte **Ziele im Online Business**. Das Online-Geschäft von Content Providern eröffnet im Hinblick auf Produkt-Mix und Preispolitik eine deutlich höhere Gestaltungsfreiheit als der Vertrieb des gleichen Contents über Print-Medien.

Die juris GmbH mit über 20 Jahren Erfahrung im Markt für Informationsdienstleistungen ist auf dem Weg, zu einem der führenden elektronischen Verlage in Deutschland im Bereich RWS zu werden. Dies ist nur möglich durch die Ausweitung

## Wie hat Ihnen die Veranstaltung gefallen?



### Helmut von Berg fragt Barbara Scheuer-Arlt nach ihrer Meinung

Ich bin sehr positiv angesprochen durch die Veranstaltung. Ich finde es sehr gut, dass hier über Themen gesprochen wird, die in Druckereien speziell oder auch in Verlagen zwar zum Teil thematisiert, aber nicht ernsthaft angegangen werden. Also Standards, Kommunikation über Technik im Sinne, wie tausche ich mich technisch aus, wie schaffe ich Standards, wie kann ich optimieren, wo es letztendlich im Moment nur um Zeit und Geld geht und wo wir nicht anders herauskommen als dass wir technische Standards schaffen. Genauso hat mir die internationale Sicht der Dinge gefallen; ich finde es sehr gut, dass viele internationale Aspekte aufgenommen werden. Wir deutschen Verlage haben doch schon immer gern ein bisschen in 'unserer eigenen Kiste gesessen' und nicht darüber hinaus geguckt.

Ich finde auch gut, dass so viele verschiedene Aspekte eingebracht werden; ich war in dem Workshop von MAIRDUMONT, das ist doch eher traditionell, und dann hören wir auf der anderen Seite jemanden, der individualisierte 'Partnerbücher' produziert, die man für viel Geld kaufen kann. Dass diese ganzen Aspekte endlich einmal auf den Tisch kommen und offen diskutiert werden können, finde ich gut.

Barbara Scheuer-Arlt,  
Pearson Education Deutschland



Vertreter aus Verlagen und Druckereiunternehmen sowie Medien- und IT-Dienstleister machten die zweitägige Konferenz zu einem breiten Branchentreffen

der bisherigen Geschäftsaktivitäten vom Großkunden-Content-Provider hin zum Breitenmarkt-Informationdienstleister. Ein solch grundlegender Wandel in der Produkt- und Preispolitik sowie in der Kundenstruktur erfordert die Anpassung aller Prozesse und Systeme. Dabei kommt der erfolgreichen Einführung eines entsprechend ausgestaltbaren ERP-Systems als Dreh- und Angelpunkt für die Abbildung der Prozesse die zentrale Bedeutung zu.

**Gregor Wolf**, CTO der **Klopotek AG**, beschäftigte sich unter dem Titel **The next IT explosion – online business** eingehend mit der Frage, wie verhindert werden kann, dass die notwendige Erweiterung der Geschäftsmodelle der Verlage auf Online-Geschäftsmodelle eine weitere IT-Fragmentierung in nicht integrierte Systeme nach sich zieht. Dabei ging der Referent einer ganzen Reihe kursierender Fehlbehauptungen von Softwareherstellern nach: Im Zuge der Investitionsbereitschaft der Verlage in Online-Business versprechen Hersteller von Technologiebasisprodukten wie Enterprise Integration Server und Content-Abrechnungssysteme nämlich nur zu oft Nutzen, der sich in Wirklichkeit als nicht nachhaltig herausstellt und unter dem Deckmantel „Integration“ das Gegenteil bewirkt.

Er zitierte dabei SAP Vorstand Agassi mit den Worten, dass „eine Integrationstechnologie ohne Applikation wenig Nutzen bringt“. Angesichts der von vielen Verlagen formulierten Kritik an der mangelnden Funktionalität der SAP Publishing Applikation muss die Frage erlaubt sein, ob SAP mit netweaver nicht selbst nur eine Integrationstechnologie mit wenig Nutzen in der Anwendung anbietet.

Gregor Wolf sprach sich nachhaltig für den Einsatz von spezialisierter Web-Software aus, da dies nicht die Domäne eines ERP-Systems sein kann, plädiert aber auch dafür, diese mit einer integrierten ERP-Software zu verbinden und die Abwicklung des Geschäfts ausschließlich in der ERP-Software zu halten. Wer Online-Abrechnung in der Web-Software macht, wird spätestens dann scheitern, wenn Online, Dienstleistungen und physische Produkte gemeinsam angeboten werden. Am Beispiel von Projekten, die Klopotek Kunden bereits erfolgreich durchgeführt haben, konnte belegt werden, dass die Integration von Web und ERP technisch funktioniert und betriebswirtschaftlich sinnvoll ist.

Abschließend gab er einen Ausblick auf neue Funktionen für das Online-Business in der Klopotek ERP-Software.



**Und zwischen den  
Konferenztagen:  
die Trauben der  
Osteria Maria ...**

### Weitere Informationen zu Referenten und Themen:

[www.pira.co.uk](http://www.pira.co.uk)

[www.thompson.com](http://www.thompson.com)

[www.newpagecorp.com](http://www.newpagecorp.com)

[www.freecom.at](http://www.freecom.at)

[www.mediaprint.de](http://www.mediaprint.de)

[www.bosch-druck.de](http://www.bosch-druck.de)

[www.digilibri.de](http://www.digilibri.de)

[www.dd-ag.de](http://www.dd-ag.de)

[www.mairdumont.com](http://www.mairdumont.com)

[www.klopotek.de](http://www.klopotek.de)

[www.epsltd.com](http://www.epsltd.com)

[www.atypon.com](http://www.atypon.com)

[www.editorialmanager.de](http://www.editorialmanager.de)

[www.stiftung-warentest.de](http://www.stiftung-warentest.de)

[www.bremer-medienbuero.de](http://www.bremer-medienbuero.de)

[www.arvato.de](http://www.arvato.de)

[www.makrolog.de](http://www.makrolog.de)

[www.juris.de](http://www.juris.de)

Wir konnten die Themen hier nur anreißen; mehr Informationen finden Sie unter: <http://www.klopotek.de>  
Möchten Sie Informationsmaterial zugesandt bekommen? Dann schreiben Sie bitte an: [info@klopotek.de](mailto:info@klopotek.de)

Klopotek & Partner GmbH  
Schlueterstr. 39  
10629 Berlin

arvato systems GmbH  
An der Autobahn 18  
33311 Gütersloh