

4

from editorial to market

**Forum Herstellung im Verlag 26. und 27. April 2007**

Klopotek und arvato systems erreichten mit dem vierten gemeinsam veranstalteten Forum Herstellung im Verlag so viele Verlagsvertreter, Dienstleister, Zulieferer und Technologiefachleute wie noch nie. Die Bandbreite der Diskussion um integrierte Prozesse und neue Strategien für die Herstellung bestätigte den Leitgedanken ‚from editorial to market‘, unter dem Klopotek seit vier Jahren Branchendiskussion und Networking organisiert.

Aus den Präsentationen und intensiven Gesprächen ging hervor: Die große Dynamik der Entwicklung der Verlagsprozesse ist nicht länger ein Phänomen der Zukunft, und alle Beteiligten müssen Wege finden, um auf sie zu reagieren. Zeiträume, in denen etwas produziert wird, verkürzen sich drastisch.

Medienneutrale Datenhaltung und Digitalisierung bringen eine Neugestaltung der Beziehung zwischen Content und Kunden mit sich. Der Endnutzer kann vor allem schneller und gezielter auf Inhalte zugreifen.

Dieser von Arnoud de Kemp auf dem Forum als „Instant Publishing“ beschriebene Umbruch bringt derzeit Angebote wie Google Book Search oder die deutsche Volltextsuche Online hervor. Dadurch wird die Herausbildung des von Chris Anderson im Jahr 2004 in die Diskussion um Internet und Business eingeführten Begriffs „The Long Tail“ (beschrieben in seinem gleichnamigen Buch) unterstützt, der ein großes Potential darstellt: Wenn die Vertriebsstruktur effektiv genug ist, dann können auch Nischenprodukte große Marktanteile erzielen.



Mark Bide präsentierte das Projekt ACAP – hier mit Gastgeber Helmut von Berg.

Der Kern der Entwicklung „from content to customer“ – das hatte das Forum Herstellung zum Ergebnis – besteht in der Strukturierung von Inhalten. Schon heute stehen die Verlage vor der Herausforderung, dass die Wege zum Kunden nicht so sehr durch Begriffe wie „time to market“ zutreffend beschrieben werden können als durch die dem Web 2.0 zugeschriebene Eigenschaft, user-generated Content zu ermöglichen. Ein Schlüsselwort ist auch die Neuschöpfung Prosuming, zusammengesetzt aus to produce und to consume: Der Kunde arbeitet selbst an dem mit, für das er bezahlt.

In den Diskussionen zeigte sich, dass es zur konkreten und gültigen Beschreibung der Herausforderungen für die Verlagsprozesse nötig ist, zwei Entwicklungen voneinander zu trennen: das Sichdurchsetzen neuer Web-Technologien und den Umgang mit den Inhalten. Auf beides muss die Branche entschlossen reagieren.

Flexibel auf die Wünsche der Endnutzer reagieren

„Web 2.0 steht erst ganz am Anfang“, sagte **Sheena Bassett**, Senior Consultant bei Pira International (Großbritannien), in dem ersten Redebeitrag des Forum-Herstellung-Themas „The International Experience“. Die Spezialistin für Electronic Publishing und die dazugehörigen Technologien und Geschäftsfragen meint, dass in dem sprunghaften Anwachsen neuer interaktiver Techniken des Internets der Wunsch der Endnutzer nach verstärkter sozialer Interaktion deutlich wird. Welche Rolle spielen die Verlage in der Welt des Web 2.0 und welche Bedeutung hat es für die Geschäftsprozesse, dass jeder Computerbesitzer mit Internetzugang mehr und mehr seinen eigenen Vorstellungen gemäß Inhalte nutzt, miteinander verknüpft, ver-

öffentlicht und aktiv an andere weitergibt? Sheena Bassett sieht ein großes Potential darin, dass im Web 2.0 Daten aus verschiedenen Quellen auf unterschiedliche Weise kombiniert werden. Wenn die Anbieter von Daten – oder Content – Lösungen für die Rechtevergabe finden, sind vielversprechende neue Partnerschaften möglich.

Mark Bide verfügt als Consultant bei Rightscom Ltd. (Großbritannien) über langjährige Erfahrung bei der Entwicklung von Strategien zur Standardisierung. „What is ACAP?“, fragte er in seiner Präsentation, und wieso sollten dies insbesondere Verlage wissen? Unter der Bezeichnung Automated Content Access Protocol

arbeiten die International Publishers Association, die World Association of Newspapers und das European Publishers Council an einem Pilot-Projekt: Zusammen wollen sie verbindliche Standards für einen automatisierten Contentzugang schaffen, die die kontrollierte Nutzung von Inhalten im Netz ermöglichen. Mark Bide setzt sich bereits seit langem für verbindliche Standards bei automatisierten Verfahren im Bereich des Rechte-Managements ein, und als Projekt-Koordinator von ACAP berichtete er über bislang Erreichtes – und was die Zukunft bringen soll. Hauptziel ist, die komplizierte Beziehung zwischen Inhalte-Anbietern und den großen Suchmaschinen im Internet so zu regeln, dass alle Beteiligten davon profitieren. ACAP läuft noch bis Ende 2007.

Herstellung im Umbruch – neue Geschäftsmodelle, neue Chancen



„Die Verlagsbranche ist im Umbruch, und diese Veranstaltung ist ein Spiegel dieser Entwicklung“, sagte **Matthias Moeller**, Managing Director arvato systems | Technologies GmbH, in seiner Eröffnungsrede. Im vierten Jahr seines Bestehens habe das Forum seinen „Scope“ wesentlich erweitert: Themen wie Outsourcing, Digitalisierung von Content, Standardisierung, eCommerce und Internationalisierung hätten Eingang gefunden. Experten aus all diesen Bereichen seien vertreten, was auch Möglichkeiten zu umfassendem Networking in den Pausen biete. **Ulrich Klopotek von Glowczewski**, CEO der Klopotek AG, wies auf die Dynamisierung der Herstellprozesse hin. „Was Monate brauchte, wird in einigen Fällen bald nur noch Minuten benötigen.“ Seiner Meinung nach entwickeln sich Inhalte immer weiter in die Richtung, dass die Endnutzer an ihrer Erstellung beteiligt sind, und gleichzeitig erwarten Kunden von Anbietern mehr und mehr, dass sie Inhalte auf digitalem Weg schneller und gezielter finden. Um auf diese Situation produktiv zu reagieren, werden effektive Herstellprozesse benötigt, die gleichzeitig sicher, zuverlässig und leicht steuerbar sind. Ulrich Klopotek von Glowczewski sagte, dass er sehr froh über das zunehmende Interesse an dieser Diskussion sei. „Was könnte ein besserer Beweis dafür sein als die steigenden Teilnehmerzahlen am Forum Herstellung im Verlag? Mehr und mehr Vertreter aus allen Bereichen, die an den dynamischen Veränderungen beteiligt sind, bringen sich und ihre Expertise ein.“ **Helmut von Berg**, Director Klopotek & Partner GmbH und Gastgeber und Moderator, begrüßte die Teilnehmer.





„Expect and embrace change“, riet Nigel Eyre von Taylor & Francis den Herstellungs-Abteilungen.

Nigel Eyre, Production Director Books Division, und Mark Majurey, Digital Development Director Taylor & Francis Group (Großbritannien), befassten sich mit der Frage, wie aktuelle Herausforderungen im Herstellprozess am besten zu meistern sind. Das Aufkommen neuer Technologien

und die sich rasch ändernden Bedürfnisse der Endnutzer verlangen aus ihrer Sicht von den Herstellungsabteilungen ein großes Maß an Flexibilität. Die Arbeitsprozesse und das Datenmanagement müssen leicht gestaltbar sein und bleiben, nicht zuletzt weil die Hersteller unter stetig wachsendem Druck stehen, ihre Produktivität zu steigern – mit weniger Mitarbeitern und größerer Rentabilität. Mark Majurey stellte in einer Fallstudie vor, wie bei Taylor & Francis durch den Einsatz des Produktplanungs- und -managementsystems (PPM) von Klopotek Marketing-Kataloge erfolgreich hergestellt werden: Das Erstellen der jährlich erscheinenden 200-Seiten-Broschüren konnte von rund zwei Monaten auf etwa eine Woche reduziert werden.

Digitalisierung, neue Formate, neue Technologien: Chancen für Verlage

Johannes Mohn, der seit 1998 als Executive Vice President den Bereich Corporate Media Technology bei der Bertelsmann AG (Deutschland) leitet, eröffnete mit seinem Vortrag das Forum-Herstellungsthema „Status und Perspektiven“. Er legte dar, wie die Digitalisierung von Inhalten sowie das Aufkommen von neuen Zugangstechnologien und Endgeräten zu einem veränderten Mediennutzungsverhalten führen. Am deutlichsten zeige sich diese Entwicklung im Musikbereich: Der Download von Songs und Alben auf fest installierte oder mobile Endgeräte mache dem Verkauf von CDs und DVDs scharfe Konkurrenz. Im Internet könne sich der Verbraucher immer mehr Videos ansehen, und zwar „on demand“. Im Printbereich seien bislang vor allem die Tageszeitungen durch die Digitalisierung ihrer Inhalte von deutlichen Marktveränderungen betroffen: Die Print-Auflagen sinken. Auch im Buchmarkt, führte Johannes Mohn aus, stehen tiefgreifende Veränderungen durch die Digitalisierung von Inhalten bevor. Darin sieht er eine Chance für die Verlage, wenn sie rasch und entschieden genug regieren.

Ein großes Maß an Aktivität forderte auch Dr. Werner-Christian Guggemos, Gründer der ciando GmbH (Deutschland), dem

größtem E-Book-Händler im deutschen Sprachraum, von den Verlagen. Nach ihrem kurzen Hype und anschließendem Verdammtwerden in den Jahren 1999 bis 2000 hätten sich E-Books mittlerweile von der Öffentlichkeit unbemerkt in vielen Bereichen des Buchmarkts etabliert. In Fachbüchern und Ratgebern wird – zumeist in Form von PDF-Dateien – vorwiegend auf dem Computerbildschirm nachgeschlagen. Belletristische Werke am Display zu lesen sei nun aber ebenfalls im Kommen: Ab dem Jahr 2008 würden auf US-amerikanischen und asiatischen Märkten entwickelte Technologien und Endgeräte zunehmend in ganz Europa ihre Verbreitung finden, für die Dr. Werner-Christian Guggemos auch eine erfolgreiche Anwendung bei unterhaltenden Inhalten prophezeit – allerdings Hand in Hand gehend mit einer neuen Unübersichtlichkeit, bei der verschiedene Endgeräte, Geschäftsmodelle und Anbieter miteinander konkurrieren werden: „Mit dieser Entwicklung steigen die Herausforderungen für die Herstellung: Man muss sich auf unterschiedliche Endformate einstellen.“ Für die Verlage gelte es, sich darauf einzustellen, dass der E-Book-Markt für einige Zeit unberechenbar sein werde.



„What works for today is probably not what you will want tomorrow“: Sheena Bassett, Mark Majurey, Johannes Mohn und Dr. Werner-Christian Guggemos zeigten Perspektiven, neue Ideen und erfolgreiche Ansätze.

Systematische Workflow-Steuerung und mehr Managementkompetenz forderte der geschäftsführende Gesellschafter der Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung GmbH (Deutschland). **Ulrich Spiller** ist hauptsächlich in den Bereichen Strategieberatung, Controlling, Vertrieb sowie Management auf Zeit tätig. Zusammen mit der Klopotek & Partner GmbH und unter Mitwirkung einer Projektgruppe der Hochschule für Technik, Wirtschaft, und Kultur (HTWK Leipzig) führten Heinold, Spiller & Partner eine Studie zum Thema „Herstellung im Verlag – Status quo und Perspektiven“ durch. Das zentrale Ergebnis der Befragung lautet: Sowohl die Hersteller als auch die Geschäftsführer glauben, dass der Bereich Produktion sich zukünftig erheblich verändern wird. Die Hauptantriebskräfte für diesen Wandlungsprozess seien die Entwicklung der Märkte, die Veränderung der technologischen Möglichkeiten, die zunehmende Digitalisierung und Vernetzung sowie die wachsende Vielfalt von Produkten. Um fit für die Zukunft zu werden, gewinnen der Studie zufolge moderne Analyse- und Management-Tools an Bedeutung: Knapp 90 Prozent der Hersteller halten eine systematische Workflow-Steuerung für notwendig, so Ulrich Spiller. „Daneben kommt Software-Tools wie Redaktionssystemen mehr und mehr Gewicht zu. Das klassische Herstellungswissen muss um die Bereiche Datenstrukturierung, Cross Media Publishing und Workflow Analysis ergänzt werden. Außerdem müssen die Hersteller ihre Managementkompetenz vergrößern.“

Ulrich Spiller stellte die Studie zum Thema „Herstellung im Verlag – Status quo und Perspektiven“ vor, an der Helmut von Berg mitarbeitete. Jeder Teilnehmer erhielt ein Exemplar.



Neue Möglichkeiten nutzen, von anderen Branchen lernen, Networking ermöglichen

Im Rahmen von drei zeitgleich stattfindenden Workshops hatten die Teilnehmer am Forum Herstellung am Nachmittag des ersten Tages die Möglichkeit, sich mit neuen Perspektiven konkret auseinanderzusetzen. **Arnoud de Kemp**, der 2004 zusammen mit Ingrid Maria Spakler die digilibri GmbH (Agentur und Verlag für digitale Inhalte, Deutschland) gegründet hat, stellte die Frage: Was kommt unter der Vielzahl an Schlagworten wie Books on Demand, Printing on Demand, electronic only, E-Books, Volltext-Online, online repositories, open access, open archives, university publishing wirklich auf die Verlage zu? In diesem Workshop wurden neue Entwicklungen und Herausforderungen angesprochen und bereits gesammelte Erfahrungen ausgetauscht. Die Produktion auf Knopfdruck bzw. das „Instant Publishing“, ein von Arnoud de Kemp vorgeschlagener Begriff, um das beinahe schon veraltete „elektronische Publizieren“ abzulösen, so das wichtigste Ergebnis, eröffnet Verlagen durchaus neue Verwertungs-, Verkaufs- und Vertriebsmöglichkeiten. Voraussetzung hierfür sind schnelle Kommunikationswege zum Kunden.

Klaus Voormanns, Spezialist für Fragestellungen des Prozessmanagements und der IT-Unterstützung betrieblicher Abläufe, leitet seit 2002 bei der arvato systems GmbH (Deutschland) das Kompetenzzentrum BPM (Business Process Management). Unter dem Motto „Die Qualität von Produktionsprozessen ist messbar“ stellte er den Stand der Diskussion und aktuelle Lösungsansätze zum Thema Messbarkeit von Qualität aus Sicht verschiedener Branchen dar. Das Prozess-Monitoring, von der einfachen Messung von Laufzeiten bis hin zur Ausarbeitung von komplexen Qualitätskennzahlen, gewinnt stetig an Bedeutung. Solche Formen des Monitorings, auch als Business Performance Measurement bezeichnet, würden in bekannten Prozessmanagement-Vorgehensmodellen mehr und mehr als notwendige Schritte gesehen. Anhand einer beispielhaften Anwendung zeigte Klaus Voormanns, wie rasch die Entwicklung



Vernetzungslösungen heute und morgen: Michael Mittelhaus über Aktivitäten der Druckindustrie.



Martin Winzer, Joachim Brunold und Helmut von Berg präsentieren die Workshop-Ergebnisse.

dieser Messungsmethoden voranschreitet – und was sie bereits jetzt leisten können. Die anschließende Diskussion mit den Forumsteilnehmern beschäftigte sich mit der Frage, ob – und was – die Verlagswelt in diesem Punkt von anderen Branchen lernen kann.

Der dritte Workshop des ersten Tages wurde von **Michael Mittelhaus** durchgeführt, der als Geschäftsführer von PrePress Consultant (Deutschland) Druckunternehmen und Lieferanten der grafischen Industrie in den Bereichen digitale Produktion, Workflow und Organisationsintegration berät. Einleitend bot er einen Überblick darüber, welchen Stand die Vernetzungslösungen in der Druckindustrie heute bereits erreicht haben. Im Anschluss daran ging Michael Mittelhaus genauer auf die Lösungsansätze der Printmedienhersteller für die Vernetzung mit ihren Kunden in Industrie, Handel und Verlagen ein.



Der Begriff des „Instant Publishing“ wurde von Arnoud de Kemp in die Diskussion eingebracht.



Klaus Voormans stellte Prozess-Monitoring und Methoden der Qualitätsmessung vor.



Gregor Wolf präsentierte Klopotek Information ViewPoint.



Workshops an den Nachmittagen gaben die Möglichkeit zum Erfahrungsaustausch in kleineren Gruppen.

Alles Wesentliche im Auge behalten mit Klopotek Information ViewPoint

Klopotek Information ViewPoint bietet dem Verlag auf Knopfdruck aktuelle Informationen zu Titeln, Kunden und zur Geschäftsentwicklung. Planung, Lektorat, Herstellung, Marketing und Vertrieb werden gleichermaßen unterstützt. Konfigurieren statt programmieren – Auswahl, Anordnung und Layout der gewünschten Informationen lassen sich im web-basierten Information Center individuell

an die Bedürfnisse von Benutzern und Benutzergruppen anpassen. Auf den Nutzer zugeschnittene Ad-hoc-Auskünfte, verbesserte Workflow-Unterstützung und gesteigerte Qualität der Daten sind das Ergebnis, wie **Gregor Wolf**, Chief Technology Officer der Klopotek AG, erläuterte. Die Info-Screens stellen stets die Informationen dar, die benötigt werden, und sind von überall aus per Internet abrufbar.

Online-Portale, die in der Druckvorstufenproduktion angesiedelt sind, und Management-Informationssystem-Portale, deren Kern die Abwicklung kommerzieller Prozesse und der Transfer von Metadaten bildet, wurden präsentiert. Michael Mittelhaus beschäftigte sich auch mit dem Stand der Entwicklung zur Standardisierung der Vernetzungsaktivitäten, d. h. mit der Nutzung des JDF-Standards (Job Definition Format) im Bereich der Abwicklung zwischen Verlag und Druckerei. Als Case Study verwendete er hierfür das finnische Projekt BookXML2. Abschließend wendete der Berater sich der vom Publikum mit großem Interesse verfolgten Frage zu, welche Vernetzungs-Szenarien die Verlage für die Zukunft erwarten können und wie rasch die Entwicklung hin zu integrierten Herstellungsprozessen in der Branche verlaufen wird. Wichtig, betonte Michael Mittelhaus, ist vor allem eines: neue Angebote gut zu kommunizieren.

Klopotek Product ViewPoint Overview

Product		Prices+Classif.	Approval	Sales
Overview				
You are logged on: RW (M)				
Product: [Search]				
Product	Prices+Classif.	Approval		
Product Info				
ISBN/Order No.	978-0-3344-4567-8			
Edition No.	1			
Project No.	1674			
Binding Reference	website planned for book			
Short Title	HC Rabbits in Nature			
Title	Rabbits in Nature			
Subtitle	Rabbits in their environment			
Format				
Format	195 x 265	Pages Arabic	24	Set
Weight (g)	620.00	Pages Roman	12	
Distribution Head				
Imposed	05/04/2007	Imposition		
Lifted	05/04/2007	Lifted		
Reason		Reason		
Disc Order				
Disc Group	Non Fiction	Price Warning	<input type="checkbox"/>	
		Author	Ted, Edwards, Adrian, Bruce	
Over Prices				
Quantity	Price	No data found.		
1	29.99 €			
1	19.99 €			
Profile				
Pending Order	<input type="checkbox"/>			
Returns sent	<input type="checkbox"/>			
Standing Order	Without Previous Edition only			
Book Rate	<input type="checkbox"/>			

Bücher und der Bildschirm: eine Beziehung mit Potential

Das Thema „The International Experience“ fand am Tag Zwei der Veranstaltung seine Fortsetzung mit einer Präsentation von **Jens Redmer**, der für Google Inc. das Book Search Partnerprogramm in Europa, Russland, dem Nahen Osten und Afrika verantwortet. Seine Tätigkeit, Publikums- und Wissenschaftsverlage sowie die Herausgeber von Nachschlagewerken unter Vertrag zu nehmen, um ihre Bücher an Google-Anwender zu vermarkten, sieht er als einen Beitrag zur Demokratisierung des Zugangs zu Wissen. „Das Internet hat zahlreiche Barrieren zwischen Menschen und Informationen eingerissen“, so Jens Redmer, der auch Mitglied im Beratungsausschuss des Publishing Centre am University College London ist. „Durch das Eingeben von ein paar Schlagworten kann man über beinahe alles etwas in Erfahrung bringen. Doch das Problem dieser Online-Datenbank besteht darin, dass sie bislang nur einen geringen Teil des menschlichen Wissens enthält.“ Jens Redmer versteht Google Book Search als Versuch, qualitativ hochwertige Informationen besser online zugänglich zu machen: Indem die Inhalte von Büchern besser gefunden und „entdeckt“ werden, finden seiner Auffassung nach mehr Bücher in mehr Sprachen größere Verbreitung. In dem Bewusstsein dafür, dass dieser Ansatz von der Öffentlichkeit und der Verlagswelt so begeistert wie kontrovers aufgenommen wurde, ging der Redner auch auf einige Vorurteile ein, die nach wie vor um die Digitalisierung von Inhalten kreisen. Bücher können von den Verlagen jederzeit aus dem Google-Programm genommen werden und sind

Das gedruckte Buch habe als traditionsreiches Kulturgut „a large fan base“, sagte John Peacock, aber es „verschwendet Umweltressourcen“.



Als „strategische Investition“, um bessere Suchergebnisse und mehr Informationen bieten zu können, beschrieb Jens Redmer das Google Book Search-Programm.

als ganze Werke nicht über das Netz lesbar. „Wir ermöglichen Zugang zu Inhalten, wir besitzen diese Inhalte aber nicht“, so Jens Redmer: „Es geht nicht darum, mit uns Bücher zu lesen, sondern darum, sie mit uns zu finden.“ Die Verlage haben als Partner von Google Book Search auch keine Kosten zu tragen.

Als Production Director bei Macmillan Publishers (Großbritannien) ist **John Peacock** für die Verlagsbereiche Bildung und Wissenschaft sowie für Nachschlagewerke und das Online-Publishing verantwortlich. Der Verfasser mehrerer Publikationen zum Thema Herstellung und Produktionsabläufe setzte sich in seinem Vortrag mit der Konkurrenz auseinander,

der das Buch als traditionelles Informations- und Unterhaltungsmedium mehr und mehr ausgesetzt ist. John Peacock legte dar, wie der sich verändernde Markt das Medium Buch dazu zwingt, sich anzupassen, und was diese Entwicklung an Herausforderungen für den traditionellen Verleger mit sich bringt. So muss sich z. B. ändern, wie Bücher layoutet werden – indem man ihr Erscheinungsbild durch wesentlich mehr Illustrationen an die Welt des Webs anpasst. Die Verlage sollten zudem Print on Demand anbieten – auch für einzelne Kapitel oder Buchteile. „Die Buchherstellung muss zwei gegensätzliche Entwicklungsschritte gleichzeitig machen: vom Angebot her breiter werden und gleichzeitig spezifizierter“, so John Peacock.





John Wicker hat mehr als 20 Jahre Erfahrung im Verlags- und Softwarebereich. Der CEO von Klopotek North America sprach zum Thema Digital Asset Distribution, kurz DAD. Gegenwärtig stehen große wie kleine Verlage vor der Herausforderung, führte er aus, dass die von ihnen vertriebenen Inhalte von den Kunden auch in digitaler Form auf ihrem Bildschirm gewünscht werden – und zwar in verschiedenen Formen. John Wicker stellte die Studie vor, die Klopotek hierzu bei Mark

Jeder Verleger braucht zukünftig einen „DAD“, meint John Wicker, doch welcher ist der richtige? Unter der Vielzahl von Digital Asset Distributors, die der Markt bereits hervorgebracht habe, sei eine „Konsolidierung unvermeidlich“.

Bide, Rightscom Limited, und Mike Shatzkin, The Idea Logical Company, in Auftrag gegeben hat. Diese habe zum Ergebnis, dass jeder Verleger zukünftig einen Digital Asset Distributor brauche, der seine Inhalte in einer Vielzahl von technischen Formaten anbietet und zudem so aufbereitet, dass sie von den gängigen Suchmaschinen und Online-Shops wie z. B. Amazon gefunden werden. Die Schwierigkeit bestehe darin, den richtigen „DAD“ zu „finden“. Denn zum einen würden auf lange Sicht wohl nicht alle Anbieter auf dem Markt überleben. Und vor allem sei die strategische Frage zu entscheiden, ob man als Verleger in eine eigene DAD-Infrastruktur investiert oder diese outsourct. Zu diesem Thema werden von Klopotek Konferenzen in New York und London in diesem Sommer organisiert.

Digital Asset Distribution conferences: Weitere Veranstaltungen für die Verlagsbranche

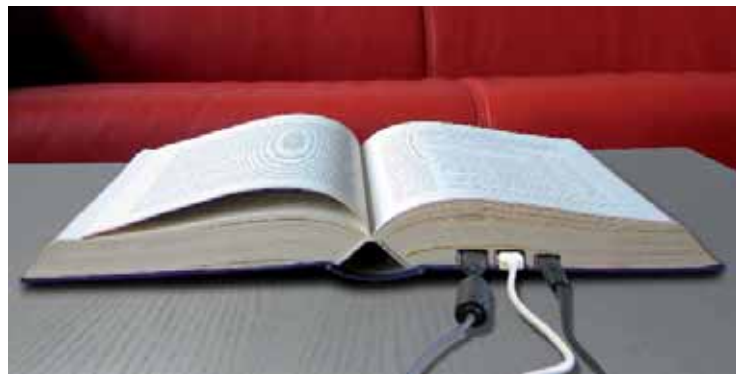
Das Forum Herstellung ist nur eine von mehreren Konferenzen, die Klopotek & Partner dieses Jahr durchführt. Als Softwareanbieter und Beratungsunternehmen setzt Klopotek sich dafür ein, die Herausforderungen zu diskutieren und gemeinsam anzugehen, vor denen die Verlage durch die zunehmende Digitalisierung von Inhalten stehen.

Unter dem Titel „Digital Asset Distribution: An Emerging Infrastructure“ kommen im Sommer in New York und London Fachleute zu internationalen Konferenzen zusammen. Große Verlagshäuser wie Random House oder Holtzbrinck/Macmillan BookStore sind genauso dabei wie Google.

Digitale Inhalte werden mehr und mehr nachgefragt: von vielen Kunden, in verschiedener Form, an unterschiedlichen Orten der Welt, zu jeweils anderen Zeiten. Als Firmen, die mit geistigen Inhalten ihr Geld verdienen, benötigen Verlage einen Digital Asset Distributor, um diesem Bedarf nachkommen zu können. Doch welcher „DAD“ ist der richtige? Welche Synergien und Kooperationen wären denkbar?

Weitere Informationen unter: www.klopotek.com.

Anzeige



Digital Asset Distribution for Book Publishers: An Emerging Infrastructure

21st June 2007
Hilton Times Square
New York, NY, USA

12th July 2007
Goethe Institut
London, UK

Hosted by
John Wicker, Klopotek
North America, Inc. |
Gregor Wolf, Klopotek AG

Moderated by
Mark Bide, Rightscom Limited |
Mike Shatzkin, The Idea Logical Company

DAD Presentations
codeMantra, LLC | CPI Book Bank | Google | HarperCollins/NewsStand |
Holtzbrinck/Macmillan BookStore | Ingram | Overdrive | Random House UK |
Value Chain International Ltd

Prozesse aktiv gestalten, vom Allgemeinen zum Speziellen gehen, Prosuming ermöglichen



„Von der Werkstatt zum Prozessgestalter“ beschrieb Helmut Adelman den Weg von den 1945 gegründeten Buchdruckwerkstätten Hannover zum modernen Dienstleister BWH Medien Kommunikation.

Das Thema „Integrierte Prozesse in der Produktion“ wurde von dem Geschäftsführer der BWH Medien Kommunikation (Deutschland) eröffnet. Das Leistungsportfolio des serviceorientierten Mediendienstleisters erstreckt sich über Web-to-Print, Offsetdruck, Digitaldruck, Finishing, Fulfillment und Logistik. „Drucken allein genügt nicht“, ist **Helmut Adelman** überzeugt: Die Druckerei darf sich als Institution mit ihrem traditionellen Serviceangebot nicht zufriedengeben, sondern muss durch systematisches und gut organisiertes Arbeiten zum aktiven Prozessgestalter werden. Helmut Adelman präsentierte zwei Produkte, mit denen die BWH Medien Kommunikation dieser Forderung nachkommen möchte. DailyFair wurde als Internet-Werkzeug für die Deutsche Messe AG entwickelt und hilft dabei, die Foren, Veranstaltungen und Vorträge vor und während einer Messe zu organisieren. Die printBOX hingegen ist ein „Druckbaukasten“ für standardisierte Drucksachen, der als durchgängige Workflow-Lösung eingesetzt wird.

Im Oktober 2006 gründete **Britta Kroker** die erste zielgruppenorientierte Internetbuch- und Medienhandlung www.Managementbuch.de (Deutschland). „Was veranlasst eine Programmverantwortliche in der Verlagsleitung, die Seite zu wechseln und Internet-Händlerin zu werden?“, fragte sie. Das Ende des linearen Publizierens steht unmittelbar bevor, ist Britta Kroker überzeugt, und die Kräfteverhältnisse verändern sich aufgrund eines radikalen Wandels in der Wertschöpfungskette der Branche. Dies wird von allen Beteiligten erfordern, klarer auf die Interessen der Kunden zugeschnittene Angebote auszuarbeiten. „Wir werden Inhalte in vielen Formen anbieten und viel schneller in der Kommunikation sein müssen“, sagte die geschäftsführende Gesellschafterin der Kroker Medien GmbH, die dabei auf das Internet setzt. Der Trend gehe klar von der allgemeinen zur speziellen Information. Darin liege eine große Chance für diejenigen, die mit dem Verkauf von geistigen Inhalten ihr Geld verdienen: Der Kontakt zum Kunden könne direkter werden, was das Gefühl der Bindung steigern und die Produktionskosten senke, während die Möglichkeit der Mehrfachverwertung neue Erlösquellen erschließen. „Die Internet-Ökonomie hat gerade erst begonnen“, so Britta Kroker.



„Aufbrechen, um neue Chancen zu entdecken“, fordert Britta Kroker, die Gründerin einer „Internet-Wirtschaftsbuchabteilung“.

Wie groß kann das Leistungsangebot sein, das man bieten kann? Der Geschäftsführer von Books on Demand (BoD, Deutschland), **Dr. Moritz Hagenmüller**, beschäftigte sich in seiner Präsentation mit der Produktion der Auflage 1 als Standardprozess. (Auflage 1 definiert er als „digitales Lager und Print-to-Order“). Der Spezialist für innovative Web-to-Print-Services und das Großkundengeschäft für Verlage sieht die konsequente Ausrichtung auf Auflage 1 im Gegensatz zum Fokus auf Kleinauflagen als Erfolgsfaktor. Der Trend zum Prosuming – zur Teilhabe des Konsumenten am Produktionsprozess, in der Regel durch das Internet ermöglicht – müsse unterstützt werden durch flexibles Agieren: Bei Bindung und Formaten riet Dr. Moritz Hagenmüller zu „maximaler Vielfalt“. Druck (nach Bestellung), Binden und Lieferung an den Endkunden habe zudem innerhalb von 48 Stunden zu geschehen. Und der Vertrieb sei als „360-Grad-Distribution“ über Großhandel, Verlagsauslieferung oder Direktbestellung zu realisieren. Der Campus Verlag und Der Deutsche Universitäts Verlag (DUV) wurden als Best-Practice-Beispiele für die Zusammenarbeit mit Books on Demand angeführt.



Dr. Moritz Hagenmüller, Geschäftsführer von Books on Demand, setzt auf die Print-to-Order-Herstellung ab Auflage 1.

Gedruckte Bücher hinterfragen, Online-Plattformen aufbauen und IT-Infrastrukturen auslagern



Eine „einheitliche, neutrale Branchenplattform“ schaffen, bei deren Befüllung mit Inhalten die „Verlage ihre Rechte behalten“: Markus Hartmann, Ulrich Waibel und Reiner Klink beschrieben die Ziele von VTO.

Der Nachmittag des zweiten Tages stand im Zeichen der Frage, wie integrierte Prozesse in der Produktion in der Praxis aussehen. **John Peacock** beschäftigte sich in dem von ihm geleiteten Workshop mit Fragen der strategischen Ausrichtung von Verlagen. „Wie lange werden wir noch in Büchern denken?“, überlegte er mit den Teilnehmern. Daraus entwickelten sich Diskussionen zum Copyright der Zukunft. Geht es vom Inhalt auf die (digitale) Form über? Kann man auf das Copyright vielleicht sogar ganz verzichten?

Auch die hgv (Hanseatische Gesellschaft für Verlagsservice mbH, Deutschland) und der MVB (Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels GmbH, Deutschland) sehen die Buchbranche einem steigenden Maß an Dynamik durch die Digitalisierung von Inhalten ausgesetzt. **Markus Hartmann**, Leitung Produktionsservice hgv, **Ulrich Waibel**, Projektleitung Volltextsuche Online (VTO) hgv, und **Reiner Klink**, Leitung Informationsdienste MVB, stellten die neu entwickelte Branchenplattform VTO vor. Mit diesem Produkt reagieren hgv und MVB darauf, dass nicht nur immer mehr Inhalte im Netz verfügbar sind, sondern dass die Nutzer auch immer häufiger im Internet gezielt nach Inhalten suchen. VTO fungiert als Bindeglied: Die Verlage liefern ihre digitalen Inhalte und definieren, welchen Text sie für wen sichtbar und abrufbar machen wollen. Über die Plattform werden

diese Inhalte dann als Volltexte weltweit online recherchierbar. Wie die Arbeit mit VTO konkret funktioniert, etwa die Backend-Tools oder das Festlegen von Zugriffsrechten, beantwortete der praxisorientierte Teil des Workshops.

Jürgen Lewek arbeitet wie **Klaus Voormanns** für die arvato systems GmbH (Deutschland). Der Leiter des Bereichs Media Solutions / Publishing referierte unter dem Titel „Small Budget – Big Goals“ die „Story of Outsourcing IT“. Quer über alle Branchen hinweg lagern

Firmen ihre IT-Infrastrukturen oder ganze Geschäftsprozesse primär aus, um Kosten zu senken, so Jürgen Lewek. Aber auch strategische Gründe sprechen seiner Meinung nach für das Outsourcing bestimmter Aufgaben. Mit dem Auslagern von Bereichen, die nicht zum Kerngeschäft zählen, könne das Wachstumspotential auch auf der Ertragsseite erhöht und dynamisiert werden. Wie aber sehen die Vorteile, Vorurteile und auch die möglichen Nachteile eines (Teil-)IT-Outsourcing genau aus? Die Diskussion suchte nach Entscheidungsgrundlagen für die Verlage.



Von der starren „Insellage“ des bedruckten Papiers hin zum „digitalen Knotenpunkt“: John Peacock dachte mit Workshop-Teilnehmern über die Zukunft des Buches nach.

arvato systems, Bertelsmann, beteiligte sich am Forum durch die Leitung von Workshops. Hier Olaf Flöthmann, Ralf Schürmann, Jürgen Lewek und Raphael Siedenhans bei der Abendveranstaltung.





Milestones & More: Erfolge auf dem Weg der Standardisierung von Prozessen

Im Anschluss an die Workshops des zweiten Tages präsentierte **Ulrike Störrle**, stellvertretende Herstellungsleiterin bei der MAIRDUMONT (Deutschland), Ergebnisse der Berliner Werkstatt Herstellung. Die auf Initiative von Klopotek & Partner Anfang 2005 gegründete Arbeitsgruppe setzt sich aus Vertretern von Verlagen (z. B. Random House, S. Fischer, Walter de Gruyter), Dienstleistern (z. B. hgv publishing services, arvato systems, Kirchner +

„Der Herstellprozess ist nicht abhängig von der Inhaltsthematik“, sagte Ulrike Störrle bei der Präsentation der Ergebnisse der Berliner Werkstatt Herstellung. Hier abgebildet im Gespräch mit Wolfgang Meyer.

Robrecht) sowie der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig zusammen. Ihre 30 Mitglieder arbeiten im Rahmen von regelmäßig stattfindenden Workshops in Berlin, Stuttgart und München daran, Standards für die Verlagsbranche zu setzen und Prozesse vergleichbar zu machen. Die nun vorliegenden Resultate wollte die Spezialistin für die Optimierung von Herstellungsprozessen, die bei MAIRDUMONT für die Produktionssteuerung des Reiseleiterbereichs verantwortlich ist, als das Erreichen eines Benchmarks verstanden wissen: Nach zwei Jahren Arbeit gibt es ein vorläufiges Ergebnis, das Ulrike Störrle zufolge den Anspruch einlöst, allgemeingültig zu sein und einen Standard für den Herstellprozess zu liefern. „Mit der Darstellung der zehn Kernprozesse mit ihren 43 Teilprozessen wurde eine konkrete Arbeitsgrundlage geschaffen, die sich der Diskussion stellen möchte.“ Ziel der Werkstatt-Arbeit sei es, „belastbare Prozesse“ zu erreichen, die schnell, durchgängig, effizient und flexibel sind und zu mehr Kostenersparnis, Qualitätssicherung und Risikoeingrenzung im Produktionsprozess führen. Als nächsten Schritt hat sich die Berliner Werkstatt Herstellung vorgenommen, die Abhängigkeiten einzelner Prozessschritte voneinander im Detail zu diskutieren.



Helmut von Berg, Mark Bide, John Wicker und Sheena Bassett.

klopotek.

Business Objects
Klopotek Business Objects Universe for Production

Get your business under control with a strategic reporting tool integrated into the Klopotek standard software.

Presentation:
Jeroen Schouten

klopotek.

Information at your fingertips
Klopotek Information ViewPoint

Efficient support of a publisher's workflow by defining a personalized work information center.

Presentation:
Bernhard Dock

klopotek.

Production in Publishing
Klopotek Production Cockpit

Intuitive software to monitor production process highlighting critical issues and helping you define measures.

Presentation:
Ulrike Wagner



Die Teilnehmer nutzten die Pausen zum Ideenaustausch und Networking. Mitarbeiter von Klopotek führten Interessierten individuell das Funktionsspektrum von Business Objects Universe for Production, Information ViewPoint und Production Cockpit vor.



Das Forum in der Presse: „Hochkarätige Referenten“

„Unter der Leitung von Helmut von Berg, Direktor Klopotek & Partner, beschäftigen sich [heute] mehr als 140 Teilnehmer mit den Herausforderungen, denen sich die Branche durch die zunehmende Digitalisierung der Medien gegenüber sieht. [...] Morgen wird die Tagung mit weiteren hochkarätigen Referenten aus Deutschland, den USA und Großbritannien fortgesetzt. Dann geht es um das Thema ‚Im Einklang mit dem Markt produzieren.‘“

buchmarkt.de, 27. April 2007

„Verlage lösen sich vom Denken in Seiten, Audio und Video ergänzen elektronische Print-Inhalte, mit elektronischer Verwertung sinken die Kosten der Distribution [...] An vielen Details in den hochkarätigen Vorträgen und Workshops des zweitägigen Forums wurde deutlich, dass die Verlagsprozesse immer stärker medienneutral gestaltet werden, um alle Optionen zu nutzen und Produktionszeiträume zu verkürzen.“

buchreport.express, 3. Mai 2007

„Am 26. und 27. April fand das vierte Forum Herstellung im Verlag von Klopotek & Partner und arvato Systems für Verlagsmitarbeiter, Dienstleister, Zulieferer und Technologiefachleute statt. Aus den Präsentationen und Gesprächen ging hervor: Die große Dynamik der Entwicklung der Verlagsprozesse ist nicht länger ein Phänomen der Zukunft, und alle Beteiligten müssen Wege finden, um auf sie zu reagieren.“

boersenblatt.net, 4. Mai 2007

„Vorgestellt wurde am ersten Tag des Forums Herstellung auch die Studie ‚Herstellung im Verlag – Status Quo und Perspektiven‘, die die Unternehmensberatung Heinold, Spiller & Partner zusammen mit Klopotek & Partner und unter Mitwirkung einer Projektgruppe der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig erarbeitet hat.“

buchmarkt.de, 27. April 2007



Ulrich Spiller stellte die **Studie zum Thema „Herstellung im Verlag – Status quo und Perspektiven“** vor, deren Erarbeitung Helmut von Berg unterstützte. Jeder Teilnehmer erhielt ein Exemplar. Zum Preis von 249,- EUR zzgl. 19% MwSt. (inkl. Versandkosten) kann sie über info@klopotek.de bestellt werden. Weitere Informationen zum Inhalt der Studie unter www.klopotek.de

Der **buchreport.spezial** „Herstellung & Management“ behandelt Themen zu Content-Verwertung, E-Books und Print on Demand. Weitere Schwerpunkte bilden die Veränderung des Berufsbildes des Herstellers und IT-Unterstützung für Herstellung. Die Berliner Werkstatt Herstellung beschreibt die Ergebnisse der Erarbeitung von Standards für die Branche und Benchmarks.



Auch im Jahr 2008 laden wir wieder zu Diskussion und Erfahrungsaustausch mit Teilnehmern aus dem In- und Ausland ein. Melden Sie sich jetzt schon für das nächste Forum Herstellung im Verlag an. Kontakt: Marlit Junge, m.junge@klopotek.de

Klopotek & Partner GmbH
Schlüterstr. 39
10629 Berlin

arvato systems GmbH
An der Autobahn 18
33311 Gütersloh