

» We are talking about a communication network | Lives are much more collaborative than before | B2B is the same as B2C | We see networked workflows developing | We see the fragmentation of work | **The format has become senseless** | We see the development of the market of one | We are witnessing the copyright distraction | We should move the word SUPPLIER to PARTNER in publishing «

David Worlock, Outsell, UK

» Readers become users  
**The future ain't what it used to be. «**

Dan Pollock, Nature Publishing Group, UK

» Big Data is: Transaction, Interaction, Processing  
Form cross functional items «

Krishna Tewari, Datamatics Global Services, IN

» **Die Bibliothek nimmt eine Rolle als Vermittler ein** | Sicherung des offenen Zugangs zu den Beständen | Vision 2025: Digitale Infrastruktur, Erweiterung der digitalen Objekte (Sicherung der wissenschaftlichen Forschung, Bereicherung des kulturellen Lebens), 2025 wird der gesamte Bestand digitalisiert sein, Nicht ohne Public Private Partnership möglich | Gedruckte Bücher werden im Bestand zurückgefahren | Der Zugang zu den Inhalten soll vereinfacht werden (Thema Interfaces) | **OPEN erhalten bedeutet: Metadaten, Datenqualität, Schnittstellen** | Bibliotheken werden auch eine Rolle als Forschungsplattformen spielen | Wir streben die enge Zusammenarbeit mit den Nutzern an | Wir bieten zunehmend digitale Services | **Die Bibliothek gewinnt den Charakter eines öffentlichen Raums** | Bislang Beschränkung auf Gemeinfreie Werke, Respektierung des ›Urheberrechts‹ | Besonders wertvolle Werke werden nicht digitalisiert | Wir grenzen in der Ergebniskontrolle ›Fehlercluster‹ ein | Das Ergebnis ist Volltext! | **Die Beschreibung der Ziele der ÖNB benennt die Erschließung von Content ›rückwärts‹, sie muss als Messlatte für die Content-Erschließung ›vorwärts‹ dienen!** «

Max Kaiser, Österreichische Nationalbibliothek, A

» Positive Effekte der Beschäftigung von Schülern mit digitalen Lernmitteln: Lernatmosphäre, Motivation, Erfolgserlebnis, **Verantwortung übernehmen**: Sie lernen in der Umsetzung von Aufgaben per iPad Inhalte darzustellen und zu präsentieren, **Sie lernen zu kommunizieren und etwas strukturiert darzustellen** «

Stefan Klinga, Stadtmedienzentrum Mannheim  
Helmut Albrecht, Kreismedienzentrum Heidelberg

» Kunden in Nutzungsrecherche einbinden! | Eigenentwicklung des Suchalgorithmus | Methoden zur Verbesserung der Recherche | **Suchmaschinen-Konfiguration abhängig von Suchbegriffen (im gegebenen Context)** «

Carsten Rosengarth, NWB Verlag

» Findet sich hier (noch) nicht so wieder | Belletristik ist Kernkompetenz: Stationäres Sortiment Hauptstandbein, Filialisten in zweiter Linie, Internet im Marketing relevant (Social Media), Lebenszyklen sind zu beachten: Novitäten, Backlist, eBook | Kundennähe steht im Fokus | Sie wird über aktive Kommunikation sichergestellt | Gleichwertig mit Programmangebot! | **Anderssein zählt!** | Beispiel-Anruf: Ich habe eine etwas komplizierte Frage. Wird immer freundlich und umgehend beantwortet | Das ist Ausdruck davon, das **Service-Versprechen einzulösen** | Neu: Vertriebswege, Programmsegmente, **Relevanz**, Nebenmärkte nach wie vor wichtig, Ausstattung als **Einlösung des Wertigkeitsversprechens**, Social Media im Zusammenhang mit eBooks | Eine App-Entwicklung, um zu schauen und sich zu vergewissern «

Ulrich Deurer, Verlag Antje Kunstmann

» **It's harder to find similarities (the difference generates the business!)** |  
» Tumblr is something like the ultimate CMS | The web is millions of communities (instead of the web community of millions): **What matters is access not aggregation** | Unstructured content is ... old-fashioned (quoted from former CEO Xerox) | **Users are content seekers and as such they interact with content providers** | The »ancient« model of subscription today is relevant for business as a service | **Fiction is missing an opportunity!** | **The networked present means: Standards, Structure, Sense (of the market)** | **BOUNDEDNESS** (which means network relationship) matters | reminds of ABOUTNESS (Andrew Jordan, Guardian) when characterizing the relationship between | content entities and their relevance in specific context | **We are moving to a pre-book world** «

Brian O'Leary, Megallan Media Partners, USA

» **When things get easier creativity springs** |

COPE: create once publish everywhere | Partners first!

(instead of eco-system first) | **Let go of the product!** |

Ads may make sense based on Siri (the ad talking to you...) |

People are using APIs all the time without knowing they are using it «

Adam duVander, Programmable Web, USA

» Die kollegiale Problemhypnose (überwinden) «

Sabine Janßen, Erfolge möglich machen

» »einfach lesen« | **Hauptziel: hochwertige Inhalte** | Zutat: Findbarkeit, sprich Meta-daten zur Charakterisierung der Inhalte | Hauptadressat: Leser (über Marketing) | Wir erwarten die Ablösung des Taschenbuchs durch (preiswerte[re]) eBooks | Wir schätzen auch die »kurze Form« (was Print orientierte Verlage nicht nutzen können) | Die Konzentration auf den Autor und seine Bedeutung entspricht dem Selbstverständnis | der old-book-experience «

Sarah Mirschinka, dotbooks

» Die Einzigartigkeit liegt in der Komposition (Architektur) der Inhalte «

Prof. Dr. Heiko Beier, moresophy

## DIE GROSSEN THEMEN DES PUBLISHERS' FORUM 2013

**Big Data** (with all its challenges, risks, opportunities)

**Semantics** as key to understand content more deeply

**Abstrahieren lernen, um nicht operativ unterzugehen**

**Social Media** – (wie) sinnvoll nutzen

**Digital first! Verändert letztlich alles**, vom Geschäftsmodell über Preismodelle bis hin zu Unternehmensstrukturen

**eTypografie** – der Beginn einer wichtigen Debatte

**Accessibility of content** – verstehen und nutzen lernen, was es bedeutet, nicht zu lesen / nicht lesen zu können

**Networked (Publishing) – the paradigm of content enrichment to date**

» **Was ist das Momentum?** | (Erinnern Sie sich an den Felgaufschwung an der Reckstange!) | Wir sind ihm auf den Fersen. «

Helmut von Berg, Klopotek & Partner GmbH