

# Crossmediales Publishing steckt noch in den Kinderschuhen

**CROSSMEDIA PRODUKTION** Bekannte Redaktionssysteme wie WoodWing oder vjoon K4 stellen neuerdings die Mittel zur Verfügung, um Inhalte sowohl gedruckt wie auch in elektronischen Medien zu publizieren. MK hat Produktions-Spezialisten gefragt, wie sie Firmen unterstützen, die ihre Publikationen crossmedial verbreiten wollen. Obwohl mehr möglich ist, sind bisher meistens nur PDFs für den Download gefragt.

VON Ruedi Ulmann

■ «Bis vor Kurzem war die crossmediale Produktion aus einer Datenquelle weitgehend ein Schlagwort. In der Regel wurden Print- und Onlineversionen zweigleisig produziert. Bestenfalls war die Onlinelösung eine dynamisierte Printversion für das Web», erklärt Jürg Trösch, Inhaber der Linkgroup.

## Anspruchsvolle Projekte

Aufmerksame Kunden verfolgen laut Trösch genau, wie sich die Publishing- und Content-Management-Systeme aufeinander zu entwickeln. «Redaktionssysteme, die zu Single-Source-Plattformen ausgebaut wurden, sind den Content-Management-Systemen hinsichtlich Flexibilität und Layout-Möglichkeiten überlegen», beschreibt Trösch die Erfahrung in seinem Unternehmen.

«Dank unserer jahrelangen Expertise in der integrierten Produktion sind wir stets an vorderster Front der technologischen Entwicklung. Wir binden die neuen Komponenten, wie Web Content Management, Asset Management und Ausgabeautomatisierung, in die bestehende System- und Produktionsumgebung ein. Der Nutzer erhält Zugang zu unterschied-

gehörigkeit verlieren. Bis anhin funktionierten die Workflows der printorientierten Systeme statusbasierend. Nun – beim medienübergreifenden Publizieren – basieren die Workflows auf zugeordneten Aufgaben. «Den Gesamtprozess richtig aufzusetzen und zu beherrschen, ist anspruchsvoll, nicht nur für die Dienstleister, sondern auch für die Kunden selber», stellt Jürg Trösch fest, «erfolgreiche Lösungen und zufriedene Kunden setzen gute Planung und eine kompetente Projektleitung voraus.» Als Beispiele führt Trösch die integralen Geschäftsberichte-Produktionen der Linkgroup an: Konkret ist für die AFG Arbonia-Forster-Holding und für Barry Callebaut neben der gedruckten Version auch eine Onlinelösung realisiert worden. Die Webauftritte beider Unternehmen figurieren unter den Besten beim Schweizer Bilanz-Geschäftsberichte-Rating 2009 in der Kategorie «Online Rating».

## Fachverlage sind weiter

Bei der Binkert Druck AG ist die Herstellung von Kunden- und Mitarbeiterzeitschriften eine besondere Stärke, weil in Zusammenarbeit mit dem Fachzeitschriften-



Jürg Trösch,  
Inhaber  
Linkgroup.



Roland  
Kaufmann,  
Geschäftsführer  
Binkert  
Druck AG.

medienneutrale Ausgabe der Daten», erklärt Roland Kaufmann, Geschäftsführer der Binkert Druck AG. Neben der Generierung von PDFs für die Printversion können XML-Files zur direkten Übernahme in ein Content-Management System einer Kunden-Website zur Verfügung gestellt werden.

Dabei gehen Fachzeitschriftenverlage laut Kaufmann heute schon weiter als viele Corporate-Publishing-Kunden. Bei einem Fachzeitschriftenverlag werden oft gezielt News, Produkte und Fachinformationen für einen erweiterten Kundennutzen und zur kommerziellen Nutzung online gestellt und es können via Internet zusätzliche Informationen abgerufen werden. «Kunden- und Mitarbeiterzeitschriften werden in der Regel als komplette Ausgabe ins Netz gestellt», so Roland Kaufmann, «von unserer Druckvorstufe wird für diesen Zweck einfach ein entsprechendes PDF zur Verfügung gestellt.»

## Multikanal-Publishing

«Wir bieten unseren Kunden als GU eine massgeschneiderte Lösung über unsere Crossmedia-

Content-Publishing-Plattform mit WoodWing-Enterprise an», erläutert Rolf Steiner, Geschäftsführer Vogt-Schild Druck AG, «wir setzen einen Standard-XML-Export ein und können den Content mit Text und Bild automatisiert versenden, z.B. für eine qualitativ hochstehende E-Paper-Lösung oder komplexe Artikel-Inserate-Verknüpfungen. Natürlich ist auch ein simpler PDF-Export für einfache und kostengünstige Weblösungen möglich.»

Vogt-Schild Druck bietet die Möglichkeit des Multikanal-Publishings per Mausclick für praktisch jeden verfügbaren Kanal, gleichgültig ob über Print, Web, E-Mail und SMS, auf Social-Media-Plattformen wie Twitter, Flickr, Facebook und YouTube – oder eben auch mobile Endgeräte wie das iPhone. Hier kann mit der iPhone-Newsreader-Applikation ein eigenes «App» über den Apple-App-Store realisiert werden. Zudem können die Redakteure über das Dossier-Konzept von WoodWing-Enterprise Inhalte in themenorientierten Paketen zusammenstellen mit Dateien für Print, Online oder andere Medien. Aktuell läuft die erste Phase der Übernahme von zehn Fach- und Publikumszeitschriften in das bestehende WoodWing-Enterprise-System mit Print- und XML-Ausgabe ohne direkte Onlineanbindung. Bereits umgesetzt sind einfache Lösungen wie bei der Zeitschrift Megalink mit einem E-Paper ([www.megalink.ch](http://www.megalink.ch)). →



Rolf Steiner,  
Geschäftsführer  
Vogt-Schild  
Druck AG.

**«Den Gesamtprozess richtig aufzusetzen und zu beherrschen, ist anspruchsvoll, nicht nur für die Dienstleister, sondern auch für die Kunden selber.»**

lichen Informationstiefen und -arten, die sich zielgruppen- oder projektspezifisch nutzen lassen.» Aus einer Quelle zu publizieren, bedinge, dass die Workflows für die unterschiedlichen Ausgabe-Kanäle (Web, Print, Audio, Video) zu Beginn einer Produktion aufgeteilt werden, ohne dass die modalisierten Inhalte ihre Zusammen-

verlag Binkert Medien AG neben Vorstufe, Druck, Ausrüsten und Logistik alle Verlags- und Redaktionsdienstleistungen angeboten werden können. «Unser Redaktionssystem Smart Enterprise Connection von WoodWing, welches wir unseren Kunden resp. den externen Autoren zur Texterfassung zur Verfügung stellen, erlaubt eine

## Genauere Bedürfnisanalyse

Print in Verbindung mit Online-Lösungen wird laut Roger Kriz, Leiter Verkauf & Marketing NZZ Fretz, «immer mehr nachgefragt, von einfachen Lösungen bis zu einem differenzierten Aufbereiten von Content z.B. auch bei Geschäftsberichten». Zur Prozessoptimierung werden die Kunden durch Einsatz von Redaktionssystemen unterstützt. Dieses System gewährleistet die nahtlose Integration von Grafik, Layout und Redaktion. Als Endprodukt werden druckfähige PDF-Dateien generiert oder es werden für Onlinelösungen die Daten als E-Book aufbereitet, zudem besteht die Möglichkeit für einen Export als Word oder XML. «Grundsätzlich steht am Beginn jedes Projektes eine genaue Bedürfnisanalyse beim Kunden», so Roger Kriz. Folgende Leistungen bietet die NZZ Fretz an: Projektmanagement, Datenaufbereitung, Layout/Gestaltung, Bildbearbeitung, Sprachadaptionen, Schulung/Support für die Systeme sowie Produktionsbegleitung, Korrektorat und Bogenoffset- und Digitaldruck. Als Teil von Swissprinters, der grössten Gruppe der grafischen Industrie, kann NZZ Fretz aus der Gruppe weitere Leistungen z.B. im Bereich Web-to-Print-Applikationen, Web-Content-Management-Systeme und im Product Information Management (PIM) anbieten.

Konkret werden zum Beispiel für eine namhafte Krankenkasse drei Zeitschriften (Magazin für Kunden, Vertriebspartner und Mitarbeiter; bis zu drei Fremdsprachen) mit einem Redaktionssystem produziert. Das Produkt wird in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden, der Agentur und dem Mediendienstleister NZZ Fretz abgewickelt. Das deutsche Grundkonzept wird durch die Agentur erstellt, durch die NZZ Fretz AG für das System aufbereitet und bereitgestellt. Ab diesem Zeitpunkt hat der Kunde (Redaktion) via Web jederzeit Zugriff auf die freigegebenen Inhalte und kann somit bis kurz vor Drucklegung Korrekturen vornehmen. Die Bilder werden von der NZZ Fretz bearbeitet und ins Layout integriert (Prüfung mittels Proof online/offline durch die Agentur). Layout-Anpassungen werden durch die Agentur oder die NZZ Fretz ausgeführt. Die Sprachadaptionen erfolgen durch NZZ Fretz. Textliche An-



Roger Kriz,  
Leiter Verkauf  
& Marketing  
NZZ Fretz.



Bernhard  
Kobel,  
Verkaufsleiter  
Stämpfli  
Publikationen.



Thomas Bru-  
hin, Leiter Me-  
dienautoma-  
tion Birkhäu-  
ser+GBC AG.

passungen der Sprachen übernimmt das Übersetzungsteam des Kunden. Nach der GzD-Vergabe durch den Kunden wird ein druckfähiges PDF erzeugt; zusätzlich werden von allen Ausgaben Web-PDFs erstellt.

## Von der Idee bis zum Produkt

«Die Kunden treten in den seltensten Fällen mit einem fertigen Projekt an uns heran, sondern das Bedürfnis konkretisiert sich meistens in individuellen Gesprächen (bei bestehenden und potenziellen Kunden) oder

**«Es geht definitiv nicht um einen schnellen Einkauf ab der Stange, sondern um individuelle, strategisch geschickte Massanfertigung.»**

während Workshops, die wir regelmässig zu diesem Thema anbieten», erklärt Bernhard Kobel, Verkaufsleiter Marketing und Unternehmensentwicklung Stämpfli Publikationen, auf die Frage. Stämpfli habe in den letzten Jahren das Leistungsangebot im Bereich Corporate Publishing, insbesondere auch in der Erarbeitung von Inhalten, stark aus-

gebaut. «Neben dem Erstellen der inhaltlichen und gestalterischen Konzepte legen wir auch grossen Wert auf die Publikationsprozesse, die heute in vielen Fällen mit Unterstützung von entsprechenden IT-Systemen vereinfacht und beschleunigt werden können», so Kobel. Zeigt ein Kunde Interesse, übernimmt ein Berater oder eine Beraterin von Stämpfli Publikationen die Projektleitung.

**«Die Präsentation der Printpublikation im Internet beschränkt sich zurzeit aber noch in den meisten Fällen auf das Aufschalten von PDFs.»**

Die Koordination der verschiedenen Beteiligten auf Kundenseite, ergänzt mit Leuten aus Agenturen und den Stämpfli-Spezialisten, ist eine wichtige Aufgabe des Beraters. Dazu gehört auch der Einbezug des Internets, wo Inhalte der Printpublikation entsprechend begleitet oder ergänzt werden können.

Ein Thema ist dabei laut Bernhard Kobel auch das Aufzeigen von Synergien zu anderen Publikationen wie Geschäftsbericht, Imagebroschüre, Newsletter usw. Die Präsentation der Printpublikation im Internet beschränke sich zurzeit aber noch in den meisten Fällen auf das Aufschalten von PDFs. Kobel: «Das Aufzeigen von zusätzlichen Möglichkeiten, welche das Internet bietet, ist Bestandteil unserer Beratungsgespräche mit den Kunden.» Für die Redaktion der Mitarbeiterzeitschrift der SBB hat Stämpfli ein Redaktionssystem aufgebaut und

unterstützt den Kunden bei Engpässen in der Produktion. Dem Elektrizitätswerk Bern wird für die verschiedenen Publikationen ein Redaktionssystem zur Verfügung gestellt und die Mitarbeiterzeitschrift produziert. Für die Kundenzeitschrift der Bourquin-Gruppe übt Stämpfli ein umfassendes Mandat inkl. Redaktionsleitung aus.

## Web-to-Print im Fokus

Bei Birkhäuser+GBC AG entwickelt man bereits seit einigen Jahren Lösungen, mit denen Publikationsprozesse computergestützt vereinfacht, besser kontrolliert oder schneller realisiert werden. Diese Technologien und das Wissen dazu werden bei Birkhäuser+GBC AG durch die Abteilung Medienautomation bereitgestellt. «Zurzeit sind Web-to-

Print-Lösungen im Fokus unserer Arbeit», erklärt deren Leiter Thomas Bruhin, «der geübte Umgang mit verschiedenen Medien- und Content-Systemen, gebündelt mit unserer langjährigen Erfahrung im crossmedialen Publizieren, erleichtert unsere Arbeit hierbei.» Die Kunden möchten laut Bruhin, dass alle am Publikationsvorhaben beteiligten Personen ihren Beitrag an ein zentral abgelegtes Produktionsfile leisten können. Und zwar zu jeder Zeit und von jedem Ort aus, was nur durch eine webbasierte Benutzeroberfläche ermöglicht werden kann. Die hauptverantwortliche Person kann, natürlich ebenfalls via Webbrowser, das ganze Geschehen konzipieren, steuern und kontrollieren.

«Möchte man seriös Projekte rund um Medienautomation durchführen, kann man als Kunde zunächst nicht mit festen Grössenordnungen operieren», erklärt Bruhin, «Dauer und Kosten hängen zu sehr davon ab, wie klar das Bedürfnis kundenseitig definiert ist, und dementsprechend, wie einfach dieses Bedürfnis mit den vorhandenen Mitteln realisierbar ist.» Daher sei es hier besonders wichtig, den Kunden von Anfang an transparent und eingehend zu beraten, noch mehr als in der klassischen Druckindustrie. Das verlange allerdings auch von der Kundschaft einiges an Zeit und Engagement ... darum sei die Lancierung solcher Projekte anspruchsvoll – für alle Beteiligten. Thomas Bruhin: «Es geht definitiv nicht um einen schnellen Einkauf ab der Stange, sondern um individuelle, strategisch geschickte Massanfertigung.» ■