

klopotek.

Vom Verlag zum Contentlieferanten

Wie neue Geschäftsmodelle Workflow revolutionieren

Helmut von Berg | Klopotek & Partner GmbH



Vom Verlag zum Content Provider

Content

- Zur Bedeutung einzelner Ergebnisse der Buchreport-Umfrage
»Herstellung & Management«
- Veränderungen in Publishing-Prozessen
erläutert an einem Workflow-Beispiel
- Was wir zu erwarten haben
mit Workflow-Beispielen

Vom Verlag zum Content Provider

Buchreport Umfrage 2009

Zu einzelnen Ergebnissen

Vom Verlag zum Content Provider

1. Der Bereich der Inhalte

Wie groß sind die Herausforderungen für Ihren Verlag bei den folgenden Aspekten?

1.2 ...Inhalte neu zu verknüpfen und anzureichern

groß	mittel	gering	weiß nicht
47%	38%	12%	3%
85%			

1.1 ...sich von der Denke in konkreten Produkten (z.B. Buch) zu lösen

groß	mittel	gering	weiß nicht
47%	32%	18%	3%
79%			

1.3 ...die Erschließung des Content über Metadaten

groß	mittel	gering	weiß nicht
44%	35%	16%	3%
79%			

1.4 ...die nachträgliche Sicherung von Rechten für neue Verwertungsformen

groß	mittel	gering	weiß nicht
45%	34%	17%	4%
79%			

1.5 ...die breite Sicherung von Rechten bei neuen Projekten

groß	mittel	gering	weiß nicht
44%	27%	26%	3%
71%			

Vom Verlag zum Content Provider

Zu einzelnen Ergebnissen

n Inhalte

1. Inhalte neu zu verknüpfen und anzureichern
sehen **85%** als erhebliche Herausforderung
2. sich von der Denke in konkreten Produkten lösen **79%**
3. Erschließung von Content über Metadaten **79%**

Vom Verlag zum Content Provider

2. Der Bereich Herstellung/Produktion

Wie groß sind die Herausforderungen für Ihren Verlag...

2.5 die grundsätzliche Umstellung der Produktionsweise/des Workflows

groß	mittel	gering	weiß nicht
54%	36%	10%	0%
90%			

2.2 die Produktion für unterschiedliche Medienkanäle

groß	mittel	gering	weiß nicht
39%	48%	12%	1%
87%			

2.3 die Ausgabe in verschiedene Formate

groß	mittel	gering	weiß nicht
30%	55%	14%	1%
85%			

2.1 die Umwandlung von Print in elektronische Formate

groß	mittel	gering	weiß nicht
40%	42%	18%	0%
82%			

2.6 der Einsatz von Content-Management-Systemen

groß	mittel	gering	weiß nicht
44%	38%	14%	4%
82%			

Vom Verlag zum Content Provider

Zu einzelnen Ergebnissen

n **Herstellung / Produktion**

1. Die grundsätzliche Umstellung der Produktionsweise bzw. des Workflows_ist für **90%** eine erhebliche Herausforderung
2. Produktion für unterschiedliche Medienkanäle **87%**
3. Ausgabe in verschiedene Formate **85%**
4. Umwandlung von Print in elektronische Formate **82%**
5. Einsatz von Content Management Systemen **82%**

Vom Verlag zum Content Provider

6. ... und die Chancen?

Wie schätzen Sie die Chancen für Ihren Verlag ein?

6.4 die Vernetzung mit neuen Partnern

groß	mittel	gering	weiß nicht
30%	55%	8%	8%
85%		16%	

6.2 die stärkere Vernetzung mit Kunden

groß	mittel	gering	weiß nicht
36%	46%	8%	10%
82%		18%	

6.5 die Erschließung neuer Vertriebswege durch digitalen Content

groß	mittel	gering	weiß nicht
35%	45%	13%	7%
80%		20%	

6.1 die Erschließung neuer Kundengruppen

groß	mittel	gering	weiß nicht
29%	48%	14%	9%
77%		23%	

6.3 die Verbreiterung der Geschäftsfelder

groß	mittel	gering	weiß nicht
29%	47%	13%	12%
76%		25%	

Vom Verlag zum Content Provider

Zu einzelnen Ergebnissen

n Chancen

1. Die Vernetzung mit neuen Partnern sehen **85%** als Chance
2. stärkere Vernetzung mit Kunden **82%**
3. Erschließung neuer Vertriebswege durch digitalen Content **80%**

Zu einzelnen Ergebnissen

n Chancen

Auffällig an diesen Angaben ist, dass sich die Gewichtung von *groß* nach *mittel* verlagert hat.

Mit anderen Worten: **die Zweifel wachsen.**

Das spiegelt sich in der umgekehrten Betrachtung deutlich wider, wenn in der Summe von *gering* und *weiß nicht* Werte zwischen 20% und 25% erreicht werden, wobei neue Vertriebswege (13%), neue Kundengruppen (14%) und neue Geschäftsfelder (13%) explizit und überwiegend als *gering* bewertet werden.

Vom Verlag zum Content Provider

Zu einzelnen Ergebnissen

n Chancen

Ein besonders auffälliger Wert verdient nähere Betrachtung:
Hinsichtlich ihrer Einschätzung zu den **Chancen auf ein tieferes
Verständnis des eigenen Content-Angebots** für den eigenen
Verlag sagen

gering **10%**

weiß nicht **14%**

Vom Verlag zum Content Provider

6. ... und die Chancen?

Wie schätzen Sie die Chancen für Ihren Verlag ein?

6.6 ein tieferes Verständnis des eigenen Content-Angebots

groß	mittel	gering	weiß nicht
45%	30%	10%	14%
75%		24%	

Vom Verlag zum Content Provider

Veränderungen in Publishing-Prozessen

- n Abgeleitet aus einem konkreten Workflow-Beispiel

Vom Verlag zum Content Provider

Was wir zu erwarten haben

- n Wie neue Geschäftsmodelle Workflow revolutionieren

Vom Verlag zum Content Provider

Was wir zu erwarten haben

Wie **neue Technologien** und **neues Nutzerverhalten**
Publishing revolutionieren

Was wir zu erwarten haben

Wesentliches Merkmal der Entwicklung ist die **Ablösung von Begriffen**, die es nicht mehr leisten, die veränderten Verhältnisse richtig und vollständig zu beschreiben

Content beschreibt *Inhalte* umfassender und unabhängiger von Formaten und Produktformen

Workflow beschreibt *Produktionsabläufe* nicht nur zuverlässiger, sondern organisiert sie im besten Fall damit auch effektiver

Was wir zu erwarten haben

Ein **eWarehouse** stellt Strukturen bereit, die es ermöglichen, Inhalte nicht nur zu finden, sondern auch Nutzer orientiert zu Einheiten zusammenzufassen – und selbst wenn diese nur ein einziges Mal Sinn machen, sind sie im selben Moment als Produkt zu erwerben

Der **Zugang** zu solchen aus Nutzer-Sicht geordneten Inhalten erlaubt, sie schnell zu identifizieren und für die Zwecke der Nutzung zu ordnen

Die Metapher »print« ist hierfür keine ausreichende Verständnisgrundlage mehr

Vom Verlag zum Content Provider

Was wir zu erwarten haben

Entwicklungen, die sich international abzeichnen, führen zu folgendem Szenario:

Verlage beginnen den **Begriff**, der ihr bisheriges **Geschäftsmodell** beschreibt, zu überdenken, nicht nur das Geschäftsmodell selbst

Sie konzentrieren sich auf die **Generierung bzw. Aggregation von Content für variable Märkte**, von denen sie eine ausreichend detaillierte Kenntnis haben

Vom Verlag zum Content Provider

Was wir zu erwarten haben

Die **Aufbereitung von Content** gewinnt eine völlig eigenständige Bedeutung und wächst als Geschäftsfeld von gesuchten Spezialisten

Die **Organisation des Zugangs zu differenzierten Märkten** übernehmen Einheiten mit eigenen Geschäftsmodellen

Konventionelle Herstellprozesse werden integraler (Bearbeitungs-)Bestandteil von **On-Demand-Publishing-Prozessen**

Vom Verlag zum Content Provider

Was wir zu erwarten haben

Prozessoptimierung orientiert sich an strategischen Fragestellungen, die ePublishing nachhaltig aufwirft:

Habe ich mein **Geschäftsmodell** klar und eindeutig definiert?

Sind meine **Prozesse** schlagkräftig und schlank organisiert?

Sind meine **Produkte** auf Ihre Märkte ausgerichtet und treffen sie die **Bedürfnisse** meiner Kunden?

Vom Verlag zum Content Provider

Was wir zu erwarten haben

Prozessoptimierung orientiert sich an strategischen Fragestellungen, die ePublishing nachhaltig aufwirft:

Kann ich **Content-Elemente** in meiner Prozesskette für unterschiedliche Nutzungen bzw. Produktformen **ausreichend früh und tief strukturieren**?

Unterstütze ich meine Kunden **in der von Ihnen gewünschten Art der Nutzung**, ohne dass zusätzliche Kosten entstehen?

Vom Verlag zum Content Provider

Was wir zu erwarten haben

Funktionale Rollen erlangen in Publishing-Prozessen eine immer wichtigere **Bedeutung**

Konventionelle »**Abteilungen**« verlieren an Bedeutung

Die Rollenausprägungen werden getrieben durch die **Entwicklung neuer Markt- und Kundenbeziehungen** und deren technologischen Grundlagen

Content Provider gewinnen, wenn sie

- diese Entwicklungen **sorgfältig** beobachten und **analysieren**
- **ausreichend früh ihr Geschäftsmodell (neu) bestimmen**
- sich im Verhältnis dazu **zukunftsfähig organisieren**

klopotek.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

h.von_berg@klopotek.de

