

Neue Facetten moderner Verlagsarbeit

KI-gestützte Geschäftsprognosen, transmediale Inhalte und strukturierte Daten

Bericht von der 8. future!publish Online-Konferenz, 9./10. Februar 2023

Helga Bergmann

Vorträge, Workshops und Diskussionsrunden im digitalen Format lieferten zwei Tage lang in insgesamt 27 Programmpunkten Einblicke in neue Entwicklungen der Buchbranche. Es ging um Themen wie der Einsatz künstlicher Intelligenz, die Erstellung von hochwertigen Inhalten unabhängig vom Publikationsformat, um crossmediales Publizieren und transmediale Narratologie. Der Beitrag stellt einige der behandelten Themen vor.

Die Keynote teilten sich Anne Friebe, Verlegerin von Palomaa Publishing, und aus aktuellem Anlass die niederländisch-ukrainische Autorin Lisa Weeda.

»Die Branche ist weiblich. Die Führungspositionen sind es nicht.« Diese Aussage belegte Friebe mit zahlreichen Untersuchungen über den Anteil von Frauen, die in der Verlagsbranche Führungspositionen besetzen. Alleamt bestätigten: „Je höher die Position, desto weniger Frauen.“ Auf Geschäftsführungs-, Vorstands- und Aufsichtsrats-Ebene seien es 2020 gerade einmal 22 Prozent gewesen. Da auf diesen Ebenen strategische Entscheidungen getroffen würden, sei keine Parität ein Nachteil. Mit dem von ihr initiierten Netzwerk „The Female Publisher“ – Netzwerk für Frauen in der Verlags- und Programmleitung¹, will Friebe dazu beitragen, dass mehr Frauen in Führungsebenen kommen. Denn mehr Diversität, mehr wirtschaftlicher Erfolg – das hätten Studien gezeigt. Ihre Vorschläge für einen größeren Anteil von Frauen in Führungspositionen: flexible Arbeitszeitmodelle in Führungsebenen, gerechtere Verteilung der Betreuung- und Pflegearbeit, die zum Großteil von Frauen getragen werde, und Anerkennung der Care-Arbeit durch Unternehmen sowie Sichtbarmachung von Vorbildern. Die niederländisch-ukrainische Autorin Lisa Weeda sprach anlässlich des Jahrestags des Kriegsbeginns in der Ukraine über das Heimatland ihrer ukrainischen Großmutter und ihre Arbeit als Schriftstellerin in den Niederlanden. Acht Jahre Forschung zur grausamen Geschichte ihrer ukrainischen Familie seien in ihr Buch „Aleksandra“² eingeflossen, berichtete sie. Sie beklagte, dass die Menschen im Westen Europas den seit 2014 tobenden Krieg im Donbas bereits vergessen hätten. Viel zu lange habe der Westen zugeschaut, was in der Ukraine passiert. „Wir hätten früher daran denken müssen, dass die Ukraine

zu Europa gehört“, bedauerte Weeda. Zwei Wochen vor Kriegsbeginn habe sie ihrer Lektorin mitgeteilt, dass sie an einem neuen Buch schreibe. Sie überlege darin, was wäre, wenn im westlichen Teil Europas alle tanzen würden, um die Gräueltaten an anderen Orten zu stoppen. Sie erinnerte an die berühmte Choreographin Pina Bausch, die gesagt hat „tanzt, tanzt, sonst sind wir verloren“. Tanz könne keine Sprache, keine Grenzen, er bewege. „Wir dürfen nicht stehenbleiben und nicht schweigend zusehen“, forderte die Autorin.

Innovative Verlage stellen sich vor

Eduardo Garcia, Anne Friebe und Arne Steingräber/Sonja Bröderdörp stellten in jeweils 15 Minuten ihre Verlage vor. Eduardo Garcia, Geschäftsführer des 2015 zusammen mit der Autorin Cornelia Funke gegründeten Hörbuchlabels „Atmende Bücher“ und Inhaber der Agentur German Wahnsinn, produziert aufwändig ausgestattete Hörbücher. So sei „Das Labyrinth des Faun“ von Cornelia Funke als ungekürzte sechsstündige Lesung in 3D-Audio und im virtuellen 3D-Raum produziert worden. Der Verlag habe eigene Werkzeuge, Software und Apps für neuartige Buchkreationen entwickelt. Das Angebot umfasse Audio-Beratung, Services professioneller Ton- und Aufnahmestudios, Realisation von erweiterter Realität und zunehmend auch von Metaverse sowie den Einsatz neuester Technologien, darunter auch Gaming Engines. Das Hörbuchlabel produziere von Hamburg aus auch seine Werke für den englisch- und spanischsprachigen Raum. Ihren Leipziger Indie-Verlag „Palomaa Publishing“ beschrieb die Verlagsinhaberin und Keynote-Speakerin der

¹ <https://thefemalepublisher.com/>

² Das Buch war ein großer Erfolg in den Niederlanden und erschien am 24.2.23, dem Jahrestag des russischen Angriffskriegs auf die Ukraine, im Kanon Verlag auf Deutsch.



8. future!publish, Anne Friebe, in dieser Session mit der folgenden Kurzcharakteristik: „Keine Auflagen, keine Autoren, keine Räume. Dafür Flexibilität, Kooperation und Vernetzung“. Entsprechend würden die ausschließlich von Autorinnen geschriebenen Sachbücher, Ratgeber sowie die Art Trends von Künstlerinnen nur in einer kleinen Startauflage und danach auf Bestellung gedruckt. Nachdrucke erfolgten, so Friebe, über Nacht. Die Verlegerin setzt auf die „Kraft der Zusammenarbeit“ und hat dazu verschiedene Aktionen ins Leben gerufen: Ein monatliches Format, mit dem sie andere sichtbar macht; z.B. frauengeführte Verlage oder Buchhändlerinnen sowie die Organisation von Networking Dinner, die Gründung von „The Female Publisher“, die Einrichtung einer LinkedIn-Gruppe und die Herausgabe eines Newsletters.

Arne Steingraber und Sonja Bröderdörp präsentierten den 2019 von ihnen mitgegründeten unabhängigen Berliner Verlag „ArchiTangle“. Verlagsschwerpunkte sind sog. Coffee Table Books über soziale Architektur und Stadtplanung, die digital erweiterbar sind. Der Verlag hat sich des Problems angenommen, dass verlinkte Daten von gedruckten Publikationen meist nach ein paar Jahren nicht mehr abrufbar seien. Mit BOOK+ habe er ein Blockchain-basiertes, auf eine lange Lebensdauer ausgerichtete Speichersystem entwickelt, das zahlreiche Vorteile bietet: „Wir können digital erweitern, aktualisieren, die Daten sind permanent, absolut integer, unveränderlich, transparent und kosteneffizient, denn die Blockchain will nur einmal Geld“, so Steingraber. Hinzu komme, dass kein Datenverlust entstehe, alle Formate darstellbar seien und kein eigener Server notwendig sei. Der Verlag profitiere davon, dass die Buchumfänge in einem vertretbaren Rahmen gehalten werden und beliebig viele Zusatzinformationen wie Bilder, Pläne etc. digital zur Verfügung gestellt werden könnten. BOOK+ stellt eine Benutzer- und eine Browser-Oberfläche zur Verfügung.

Drei Start-ups im Eisbrecherevent 1.0

Unter dem Motto „Pushing the Boundaries of Publishing“, organisiert von CONTENTshift³ des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels, stellten sich drei Start-ups in jeweils 5-minütigen Beiträgen vor. Zunächst erklärte Gregor Pchalek, CEO der seit drei Jahren bestehenden Innolibro GmbH, warum Holzmann Medien den Bestseller von Umberta Simonis „Mehr Erfolg im Umgang mit Kunden“ als enhanced E-Book im APPBOOK-Format veröffentlicht hat. Mit APPBOOK werde ein Content-Management-System angeboten, das Bücher um digitale Elemente wie Texte, Bilder, Podcasts oder PDFs erweiterbar, jederzeit aktualisierbar mache und automatisch ein E-Mail-Marketing anstoße, wenn eine Ergänzung oder Aktualisierung vorgenommen wurde. Es verfüge über eine Chatfunktion, die Kommunikation zwischen Autor, Verlag und Lesern ermögliche und besitze eine integrierte Social-Media-Funktion sowie eine KI-basierte Vorlesefunktion. Außerdem erlaube es durch Trackingtechnologie, Leseverhalten nachzuvollziehen.

Den Online-Text-Editor SciFlow stellte Frederik Eichler, Mitbegründer der SciFlow GmbH mit Sitz in Magdeburg, vor. Der Editor sei im Browser verfügbar, erlaube kollaboratives Arbeiten und das Einbringen von eigenen Tools. Durch Speicherung auf deutschen Servern sei Datenschutz gewährleistet. Zahlreiche wissenschaftliche Institutionen arbeiteten mit SciFlow, darunter die Max Planck Digital Library, die Helmholtz Gemeinschaft Deutscher Forschungszentren und die Universität Bern. Um den Formatierungsaufwand bei wissenschaftlichen Texten zu verringern, habe man 2022 SciFlow Publish entwickelt. Das Publikationstool könne mit Word-Dateien gespeist, kollaborativ genutzt und mit Kommentaren versehen werden. Metadatenquellen wie beispielsweise Orcid seien integrierbar. SciFlow Publish verknüpfe bewährte Tools mit einer leicht zu bedienenden Nutzeroberfläche, für die keine

³ <https://www.contentshift.de/>

XML-Kenntnisse notwendig seien. Auf Knopfdruck könnten Formate wie EPUB, HTML und JATS XML produziert werden. Integriert seien auch Referenz- und Quellenmanager wie Citavi, Endnote, Mendeley und Zotero.

Charles-André Touré, Mitbegründer und CEO des französischen Start-ups StayTuned, berichtete, wie sein Unternehmen Buchhandlungen den Einstieg in die am schnellsten wachsende digitale Hörbuchszene ermöglichen will. Mit „Lissen“ werde es in Kürze einen Hörbuchservice anbieten, mit dem Kundinnen und Kunden unabhängige Buchhandlungen unterstützen könnten. Lissen ist eine Streaming-Plattform, durch die zu einem Monatsbeitrag von 9,99 € ein digitales Hörbuch pro Monat erworben werden könne, aber auch Einzelkauf möglich sei. Die Besonderheit: Die Abwicklung übernehme die Buchhandlung, die der Kunde/die Kundin unterstützen wolle. StayTuned habe durch Vereinbarungen mit den wichtigsten digitalen Hörbuchproduzenten mittlerweile mehr als 200.000 Titel in verschiedenen Sprachen im Angebot. Das Geschäftsmodell sei einfach, betonte Touré. Der Verlag teile sich die Einnahmen mit StayTuned, welches wiederum seine Einnahmen mit dem Buchhandel teile.

Open Access – „Neue Dinge wagen“

Den Workshop „Open Access – Chance für Fachverlage“ leiteten vom Verlag Fraunhofer IRB Volker Schweizer, Medieninhalte Planen und Bauen, und Eric Retzlaff, Inkubator Transferforschung. Ziel war es, Ideen für zukünftige Open Access (OA)-Verlagsangebote zu sammeln. In einem Einführungsvortrag betonte Retzlaff, dass die Öffnung des wissenschaftlichen Prozesses zum Nutzen von Wissenschaft, Gesellschaft und Wirtschaft technisch machbar sei und seit der Empfehlung des Wissenschaftsrates zur Transformation des wissenschaftlichen Publizierens im Jahr 2022 auch die neue Realität werden solle. Am Beispiel der Zeitschriftenpublikation erläuterte Retzlaff die Veränderung der Geschäftsmodelle von den subskriptionsbasierten Modellen hin zur Gold OA mit APC's (Article Processing Charges) und den durch DEAL ausgehandelten Publish&Read-Verträgen mit Wiley und Springer Nature. Die großen Verlage hätten allerdings keine kreativen Geschäftsmodelle entwickelt, stellte Schweizer im 2. Teil der Einführung fest. Es seien die kleinen Verlage, die innovativer handeln müssten, um am Markt zu bleiben. Die von den Großverlagen vorgenommene Finanzierung über APCs sei für kleinere und mittlere Verlage keine Lösung, ist Schweizer überzeugt. Um den Teilnehmern des Workshops ein Gespür zu vermitteln, wie neue Ideen entstehen können, wurden folgende Leitfragen behandelt: „Wer ist der Kunde?“ Genannt wurden Autorinnen/Autoren aus Wissenschaft und Forschung, Bibliotheken, Uni-

versitätsverbände, Online-Plattformen und Distributoren. Damit zeige sich, so Schweizer, ein deutlicher Trend hin zu denjenigen, die Content generieren und denjenigen, die den Content verbreiteten. Bei den Antworten auf die Frage „Was ist das Wertangebot?“ stehe nicht mehr das Liefern eines Produktes im Vordergrund, sondern Themen wie Zugänglichkeit, Sichtbarmachung und Wissenszugänge schaffen auf der einen Seite, Workflows, lästige Aufgaben abnehmen und Fördermöglichkeiten aufzeigen auf der anderen Seite. Auf die Frage „Was sind Einnahmequellen?“ wurde genannt: Mitgliedschaften, die Monetarisierung von Verlagskommission und Serviceleistungen, die Bereitstellung von Infrastruktur, APCs, Abonnenten, Lizenzen, das Angebot von Peer-Review-Verfahren, Zuschüsse oder Öffentliche Mittel zur Querfinanzierung, Angebot von gedruckten Büchern aus anderen Veröffentlichungsformaten. Dies führte zur nächsten Frage, mit welchen Ressourcen und mit wem dies umgesetzt werden könne. Verlegerische Kompetenz, Mediengestaltung, Metadatenmanagement, Softwareentwicklung und Vertriebskompetenz zur Bedienung von OA-Kanälen und Bibliotheken, das Netzwerk an Reviewpartnern und Förder-Know-how wurden als Schlüsselressourcen bezeichnet. Zu den Schlüsselpartnern zählten Distributoren, Plattformen indexierende Stellen, Datenbanken, Discovery-Services und Langzeitarchive. Betont wurde, dass ein faires Miteinander wünschenswert sei.

Vorstellung des Vertragsgenerators AuROA

Prof. Dr. Christoph Bläsi, Gutenberg Institut für Weltliteratur und schriftorientierte Medien/Buchwissenschaft der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, stellte das im Januar 2023 beendete BMBF-Projekt AuROA vor. Der



im Projekt entwickelte Vertragsgenerator will laut Bläsi für OA-Publikationen einschließlich der in den Geistes- und Sozialwissenschaften typischen Monographien „eine Kommunikation auf Augenhöhe“ zwischen Autorinnen/Autoren und Verlagen bzw. Publikationsdienstleistern bei OA-Publikationen ermöglichen. Für wissenschaftliche Autorinnen und Autoren, die kaum über juristische Kenntnisse verfügten, sei das Vorgehen bei OA-Publikationen immer noch intransparent und es fehlten Standards. Der modulare Vertragsgenerator⁴, ein freies Tool; zeige nicht nur auf, was Autoren/Autorinnen vom Verlag verlangen könnten und was es zu regeln gelte. Er stelle

4 Unter <https://projekt-auroa.de/vertragsgenerator/> kann der Vertragsgenerator ausprobiert werden.

dafür auch Vertragstexte zur Verfügung. Vorausgegangen sei eine genaue Stakeholder-Analyse, eine Zusammenstellung von Qualitätskriterien und ein ausführlicher Leistungskatalog. Der Vertragsgenerator, an dessen Entwicklung auch Verlage mitgewirkt hätten, sei für wissenschaftliche Autorinnen/Autoren entwickelt worden, aber auch Verlage könnten damit gut arbeiten.

KI als Sparringspartner

Den zweiten Tag der future!publish eröffnete ein Workshop zum Thema „Interaktion Mensch und Maschine – Am Beispiel KI-gestützter Produktionsprozesse“. Roman Holletschek, Leiter Einkauf und Herstellung Verlag Herder, Ulrike Wollenberg, Herstellungsleiterin Klett-Cotta, Michael Griesinger Projektleitung RADAR beim Softwarehaus Pondus und Dominik Huber, Gründer und Geschäftsführer von Pondus, berichteten, wie Künstliche Intelligenz (KI) Verlage bei ihren Prognosen unterstützen könne. Ein erfolgreicher Einsatz hänge stark von der Interaktion mit dem Menschen ab, betonte Huber. Griesinger ergänzte: „KI kann helfen, bessere Entscheidungen zu treffen, wenn wir sie gezielt einsetzen, wenn wir verstehen, welche Vorschläge sie uns gibt.“ Es brauche präzise Fragen und valide Daten, damit KI den Menschen optimal bei der Beurteilung beraten kann, ob ein Buchprojekt überhaupt gemacht werden soll, und, wenn ja, dann auch bei der Planung unterstützen kann. Für die Vorkalkulation liefere die KI Absatzprognosen. Bei der Konzeptevaluierung habe sich gezeigt, dass die KI-Absatzprognose dem IST-Absatz deutlich nähergekommen sei als die Prognose von Menschen. Huber sprach von einer etwa 50 bis 70-prozentigen Verbesserung. Über die Vorkalkulation hinaus liefere die KI auch wichtige Erkenntnisse zur Planung der Erst- und Nachauflage und unterstütze so die Gestaltung einer optimalen Auflagenstrategie. Die Anforderung an die Integration einer KI-Anwendung in die Verlagssoftware seien neben entsprechenden KI-Modellen die Integrierbarkeit, eine einfache Bedienbarkeit und Transparenz. Vertrauen in KI könne nur entstehen, wenn nachvollziehbar sei, welche Inputs zum Ergebnis geführt hätten.

In zwei anschließenden Break-out-Sessions wurde eine Mindmap über die möglichen Formen der Mensch-Maschine-Interaktion erarbeitet. Dabei ging es nicht nur um Fragen, die Verlage an die KI haben, sondern auch um die so wichtigen Daten, die für das Training der KI benötigt werden.

Optimierte Metadatenutzung für einen „goldenen Datensatz“

Tobias Schmid, Leitung Projekte und Prozesse bei der ekz Bibliotheksservice GmbH, stellte in seinem Vortrag „Me-

tadatenmanagement und KI-gestützte Erschließung“ die vom Unternehmen entwickelten Werkzeuge zur Bearbeitung und Erschließung von Metadaten vor. In dem seit 2017 entwickelten Produktinformationsmanagement (PIM), einer Datendrehscheibe zum Import und optimierten Export von Datensätzen, könnten eigene und fremde Produktmetadaten aggregiert und in einer Mongo Datenbank⁵ zusammengeführt werden. Bereits beim Importprozess würden die Quelldaten regelbasiert veredelt und Datensätze in einem eigenen Datenmodell zusammengeführt. Durch die Einbeziehung von Kennnummern wie ISBN oder ISRN entstünde ein „goldener Datensatz“, erklärte Schmid und betonte, dass die Quelldaten zum jederzeitigen erneuten Zugriff vorgehalten würden. Zusammen mit Avantgarde Labs habe die ekz ein KI-Modell mit Namen Kevin entwickelt. Kevin könne Produkte mit Normdaten anreichern, Genre-Klassifikatoren vergeben, inhaltliche Beschreibungen in ein Vektormodell übersetzen sowie neue Eigenschaften definieren und fehlende Metadaten generieren. Die Ergebnisse der KI-Anwendung würden dann an den goldenen Datensatz im Produktinformationsmanagement geliefert. Schmid berichtete, dass vier Produkte aus der KI-Anwendung entstanden seien: Ein Systematikmonitor und -editor, der Vorschläge macht für die Erschließung, eine automatisierte und kuratierte Listenerstellung für Empfehlungen der ekz an ihre Kunden, Discoverysysteme, die den ekz-Webshop unterstützten, und als viertes Produkt Recommendation-Systeme auf Artikel- und Kundenbasis sowie für eine individuelle Angebotserstellung. Der ekz-Vertreter gab zum Schluss seines Vortrags einen Ausblick auf geplante Weiterentwicklungen: Metadaten sollten künftig klarer gewichtet werden, was die Qualifizierung von Keywords einschließe, sowie die Entwicklung von Metadeskriptoren wie beispielsweise Appeal Factors. Datenelemente sollten zudem über verwandte Datensätze vererbt werden können, z.B. die Übernahme von Rezensionen eines Printbuchs auf das Taschenbuch oder E-Book. Außerdem solle die KI-basierte Kuratierung und Marktsichtung ausgebaut werden. Damit könne das interne Lektorat bei der Listenerstellung unterstützt, Marktsichtungsinstrumente beschleunigt und Kunden durch individualisierte Erwerbungs-vorschläge unterstützt werden. Als vorerst letzter Schritt sollten Werkzeuge zum hybriden Bestandsaufbau entwickelt werden.

OKR – Personalmanagement-Ansatz für modernes Arbeiten

Auch Managementthemen wie Mitarbeiterführung und -motivation standen auf dem Konferenzprogramm der 8. future!publish 2023. Sana Tornow, Transformationsbe-


⁵ <https://www.mongodb.com/de-de>


gleiterin & Agile Coach vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, referierte unter der Überschrift „OKR – mehr als ein Hype?“ über die Managementmethode OKR (Objectives and Key Results). Damit sei es möglich, modernes Arbeiten und Zukunftsfähigkeit zu gestalten, indem der Mensch und das Arbeiten im Team im Mittelpunkt stünden. OKR, so Tornow, erlaube es, Ziele eines Unternehmens oder eines Projektes transparent darzustellen und diese mit den Zielen der Mitarbeiter/Mitarbeiterinnen zu verbinden. Bei der Definition der Ziele (Objectives) würden für einen bestimmten Zeitrahmen Aktivitäten festgelegt und es werde überprüft, ob sie in das Gesamtkonzept eines Unternehmens passten. Im nächsten Schritt müssten die Schlüsselindikatoren (Key Results) formuliert werden. In dieser Phase werde festgelegt, wie die Ziele erreicht werden sollten und welche quantitativen Erfolgskriterien es gebe. Die Schlüsselindikatoren sollten messbar und nicht voneinander abhängig sein. Bei eigenständigen Schlüsselindikatoren ist das Gesamtziel nicht in Gefahr, wenn ein Ziel nicht erreicht werde. Tornow berichtete, beim Setzen der Ziele hätten sich zwei psychologische Tricks bewährt: Sich mehr vornehmen als realistisch zu erreichen ist und die Ziele so zu formulieren, als hätte man sie schon realisiert, erhöhe die Effektivität und stärke die Motivation.

Buchcontent aus einem anderen Blickwinkel betrachtet

In dem Workshop „Digitale Umsetzungsoption von Content“ erläuterten Prof. Dr. Okke Schlüter, Hochschule der Medien (HdM), Stuttgart und Ronald Schild, Geschäftsführer des Technologie- und Informationsanbieter mvb, dass Buchcontent auch ganz neu betrachtet und gestaltet werden könne. Unabhängig von Inhalt – Fiction oder Nonfiction – und Form – print oder digital – böten Buchinhalte Ansatzpunkte für andere Medienformate. Zwar sei die mediale Anreicherung digitaler Buchformate wie etwa bei Enhanced E-Books noch nicht sehr erfolgreich, doch Buchverfilmungen sowie das Geschäftsmodell von Wattpad, Filmlizenzen zu erfolgreichen Texten zu verkaufen, zeigten Potenziale auf, die es zu nutzen gelte.

Studierende des Masterstudiengangs Crossmedia Publishing & Management der HdM stellten in diesem Workshop zwei Projekte vor, in denen sie sich anhand real existierender Buchtitel überlegt hatten, wie man die Wertschöpfung eines Buchs verlängern könne und welche Verwertungsformen sich anbieten würden. Henrik Barth und Laure Maier zeigten, wie Buch und Reise kombiniert werden können. Ausgehend von der Schattenjägerreihe wurden mithilfe von Augmented Reality eine App und ein Reiseführer „Mit den Schattenjägern durch NY City“ entwickelt, die eine Fancommunity ansprechen.



pleuser
etiketten  Seit 1872

**Pleuser® -
Etiketten**
Vielseitig wie Ihre Medien

Lernen Sie unseren Druckservice für Signatur- und Barcodeetiketten kennen und profitieren Sie bezüglich Kosten, Zeit und Qualität.

Sie haben Ihre Ideen und Wünsche – wir haben die Erfahrung diese professionell umzusetzen.

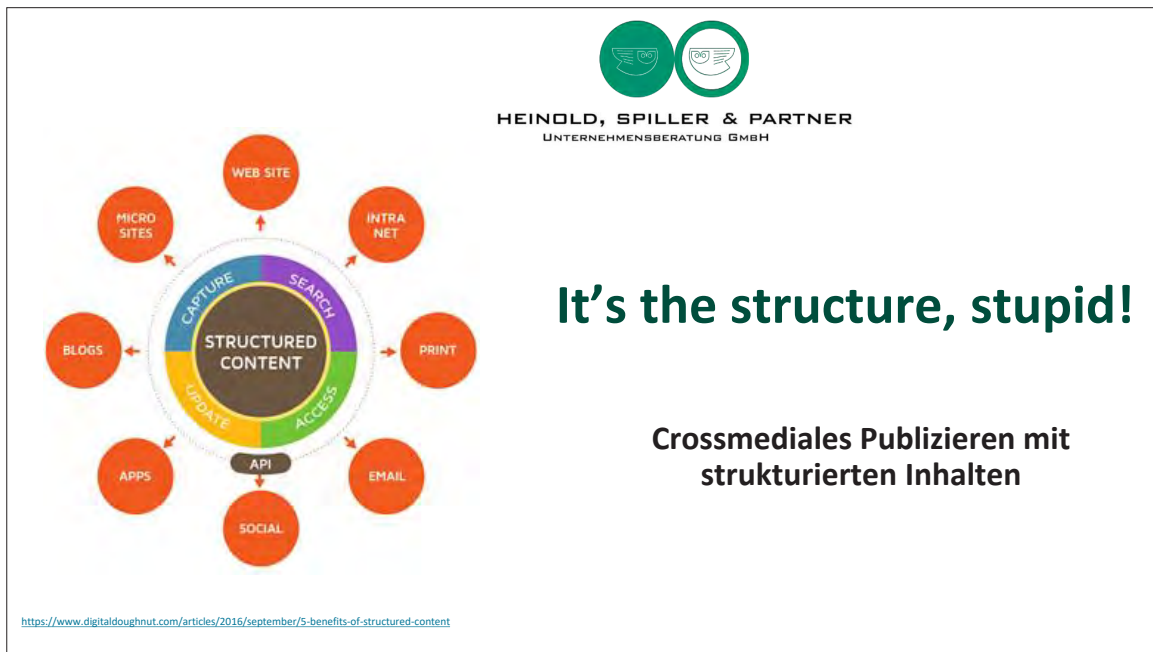
Maßgeschneiderte Spezialetiketten die der DIN EN ISO 9706:2010-02 „Information und Dokumentation – Papier für Schriftgut und Druckerzeugnisse – Voraussetzungen für die Alterungsbeständigkeit“ entsprechen.

Pleuser®-Etiketten –
eine Verbindung
für die Ewigkeit!

Bernhard Pleuser GmbH
Otto-Hahn-Str. 16
D-61381 Friedrichsdorf
Telefon +49 (0) 6175 . 79 82 727
Fax +49 (0) 6175 . 79 82 729
info@pleuser.de

pleuser.de





Larissa Mocca und Sabrina Christmann erklärten unter dem Titel „Fashion Changers“ die Kombination von Buch und Event. Ausgehend von einem Nähkursbuch könne beispielsweise ein digitaler Nähkurs angeboten werden, der auf der Website des Verlages buchbar sei. Die Zielgruppe: Menschen zwischen 20 und 35 Jahren, die bereit seien für fair hergestellte Kleidung mehr Geld auszugeben. Ein solches Angebot könne z.B. durch Beratungsleistungen noch weiter ausgebaut werden und fördere die Entstehung einer Community. Im anschließenden Workshopteil beschäftigten sich die Teilnehmer/Teilnehmerinnen damit, in welcher Form Content in andere Mediengattungen umgesetzt werden könne und welche Indikatoren auf ein hohes Potenzial hinwiesen.

Gute Inhalte für alle Kanäle aufbereitet

Mit einem Impulsreferat „It's the structure, stupid! Cross-medial Publizieren mit strukturierten Inhalten“ skizzierte Erhardt Heinold von der Verlags- und Medienberatung Heinold, Spiller & Partner, wie strukturierte Inhalte – medienneutral erfasst, intelligent strukturiert, verlinkt und verschlagwortet – helfen könnten, das immer komplexer werdende Publikationsszenario zu bedienen. Bei strukturierten Inhalten gehe es um Assets (Texte und deren Beschreibungen, Bilder, Videos, Grafiken, Dateien), Metadaten (am besten in einer Taxonomie organisiert) und Relationen (optimal in einer Ontologie organisiert). Gespeichert würden strukturierte Inhalte in einer Markup-Sprache (XML oder HTML5). Als Potenzial solcher Inhalte nannte der Unternehmensberater Verbesserung des Produktionsprozesses und der Qualitätssicherung und Ent-

wicklung neuer Geschäftsmodelle und Produktformen. Obwohl es mittlerweile gute Werkzeuge und Dienstleister gebe, die bei der Umstellung auf strukturierte Inhalte helfen könnten, seien die Verlage gefordert, denn die Umstellung führe zu einem Veränderungsprozess in den Arbeitsweisen, Strukturen und Abläufen.⁶ Heinold betonte, es brauche „definierte Content-Workflows, bei denen Abläufe genauso wie Konventionen für Datenformate oder Layoutstile definiert, Content granular strukturiert und mit Metadaten und Verlinkungen versehen werden“. Voraussetzung für ein Gelingen sei die Erkenntnis aller Beteiligten, dass die Content-Strukturierung ein zentraler Baustein für die Zukunftssicherung des Unternehmenserfolgs sei.

Auch wenn das Programm der future!publish hier nur teilweise wiedergegeben werden konnte, so hat die Konferenz in ihrer 8. Auflage eines unübersehbar gemacht: Verlegen und Verlagsarbeit in der durchdigitalisierten Welt ist ein neues Geschäft geworden. Die Zukunft bleibt spannend. |



Helga Bergmann-Ostermann

Journalistin
Dipl.-Übersetzerin
h.bergmann-ostermann@t-online.de

⁶ Die 10 größten Fehler im Content Management - buchreport DIGITAL PUBLISHING REPORT 3/2022 (digital-publishing-report.de) Start | Boost your Content (boost-your-content.de)