

Neuaufgabe fürs Publishing

ZUKUNFT VON VERLAGSSOFTWARE ■ In einem kommentierenden Beitrag skizziert Censhare-Vorstand Dieter Reichert die Probleme und Herausforderungen, die die jüngsten Entwicklungen im Informationszeitalter für Verlage, Mediendienstleister und deren Workflows aufwerfen. Er sieht eine Neuaufgabe fürs Publishing – und ist sich sicher, mit Censhare 4 gleich die geeignete Plattform fürs Publizieren und Kommunizieren der Zukunft mitzuliefern.

■ Jahrtausendlang kannten die Menschen keine Uhren und vermissten sie auch nicht. Man stand mit den Hühnern auf, ging nach Sonnenuntergang zu Bett und lebte im Rhythmus der Jahreszeiten. Mit der Uhr kam dann im Mittelalter nicht nur ein Zeitmesser in die Welt – sie war auch die Keimzelle einer tief greifenden Revolution auf wirtschaftlichem, wissenschaftlichem und kulturellem Gebiet. Das Leben erhielt mit ihr einen Takt: Arbeitsanfang, Essenspausen, Torchluss oder Ausschankende verkündeten nun die Glocken der Turmuhr. Wer in die Stadt umzog, mit einem Handwerk, später in der Fabrik sein Geld verdiente, war erst recht auf Uhren angewiesen. Genaue Chronometer ermöglichten seit dem 18. Jahrhundert sogar die exakte Bestimmung des Längengrades und damit die präzise Navigation auf dem Meer. Schließlich wurde die Uhr zum Gradmesser persönlicher Produktivität und damit zu einem Geburtshelfer des modernen Individualismus. Gleichzeitig beförderte sie den Glauben, dass im Prinzip alles mathematisch messbar ist. Es gäbe den modernen Menschen und seine wissenschaftliche Weltansicht wohl nicht ohne Uhr.

REVOLUTION RELOADED. Die Geschichte kennt etliche solcher Revolutionen, die weit über das Stück Technik hinausweisen, das einst ihr Auslöser war, und die tiefe Spuren in allen Lebensbereichen und in unserem Denken hinterlassen haben – beispielsweise die Kartografie oder der Buchdruck. Seit einiger Zeit sind wir Zeitzeugen eines weiteren solchen Wandels, der alles, was wir kennen, auf den Kopf zu stellen vermag. Die Rede ist vom Anbruch des Informationszeitalters, ausgelöst durch die Vernetzung der PCs.

Information als Rohstoff und Ware verdrängt die Produktion materieller Güter aus der Führungsposition, die sie im Industriezeitalter innehatte. Die eingebaute Intelligenz wird für die Wertschöpfung wichtiger als Material und aufgewendete Arbeitszeit. Manch wesentliche Produkteigenschaften existieren nur mehr virtuell, etwa als Software. Informationstechnologien sind mit rund 40% die wichtigste Quelle des Produktivitätswachstums in der Europäischen Gemeinschaft, in Deutschland hängen sogar über die Hälfte der Industrieproduktion und mehr als 80% der Exporte von IuK-Technologien ab, wie das Forschungsministerium ermittelt hat.

Gleichzeitig werden vorher nie gekannte Mengen an Information mit nie dagewesener Geschwindigkeit verarbeitet. Derzeit wächst die digitale Informationsflut jährlich um 60% und wird im kommenden Jahr rund 1800 Exabyte (1,8 Zettabytes) erreichen. Dies entspricht einer Verzehnfachung gegenüber 2006. Parallel dazu stieg die Verarbeitungskapazität der welt schnellsten Rechner von einer Handvoll Anweisungen pro Sekunde binnen weniger Jahrzehnte auf heute über 2,5 Teraflops ($2,5 \times 10^{15}$ Gleitkommaoperationen pro Sekunde).

Die Information durchdringt alle Lebensbereiche und ist überall, jederzeit und für fast jeden abrufbar. Dasselbe Weltwissen zum Beispiel, das früher in Form teurer Lexika viele Regalmeter in begüterten Haushalten füllte, ist nun mit den meisten modernen Handys an jedem Ort nahezu kostenlos mit einem Tastendruck erreichbar. Auch das Publizieren eigener Inhalte bedarf keiner kapitalträchtigen Medienmaschinerie mehr, sondern steht prinzipiell jedem offen und kann dem Grunde nach auch jeden erreichen. Räumliche und zeitliche Schranken für die Kommunikation und Kooperation von Menschen überall auf dem Globus fallen. Hergebrachte Eintrittsbarrieren existieren nicht mehr, was auch heißt: Sie schützen nicht mehr exklusive Vertriebskanäle.

RAUS AUS DER „TODESSPIRALE“. Angesichts dieser Entwicklungen wundert es nicht, dass mit die stärksten und augenfälligsten Auswirkungen dieser Revolution die Massenmedien betreffen, darunter an erster Stelle die Printmedien. Ihnen erwächst neue Konkurrenz – sowohl in ihrer Rolle als Inhalteanbieter als auch als Werbemedium. Via Internet lässt sich nicht nur aktueller informieren, es ist auch viel leichter, andere Medien und die Nutzer einzubeziehen und dabei noch kostengünstiger zu produzieren. Die schwindende Leserschaft zwingt Verlage zu Kostensenkungsprogrammen, unter denen jedoch zugleich die Qualität leidet, was weitere Leser kostet – die Rede ist nicht selten von einer „Todesspirale“.

Wer dem entkommen will, hat keine Wahl: Er darf nicht in die Vergangenheit flüchten, son-



Bei Censhare ist die Datenstruktur nicht mehr hierarchisch; sie gleicht eher einem Netzwerk, in dem sich Informationen in jedem beliebigen Zusammenhang verbinden und dabei wieder zu neuen Informationen werden.

dern muss sich der Zukunft anpassen, das Internet aktiv einbeziehen und die Stärke seiner etablierten Marken nutzen, um mit neuen Angeboten für Leser und Werbepartner gleichermaßen wieder attraktiv zu werden/zu bleiben. Bis dahin ist es allerdings ein steiniger Weg. Denn eines der größten Hindernisse besteht darin, dass gerade der Workflow und die Verlagssoftware, die alle Abläufe überwachen und koordinieren sollen, oft aus einer Zeit stammen, in der ganz andere Anforderungen dominierten als heute.

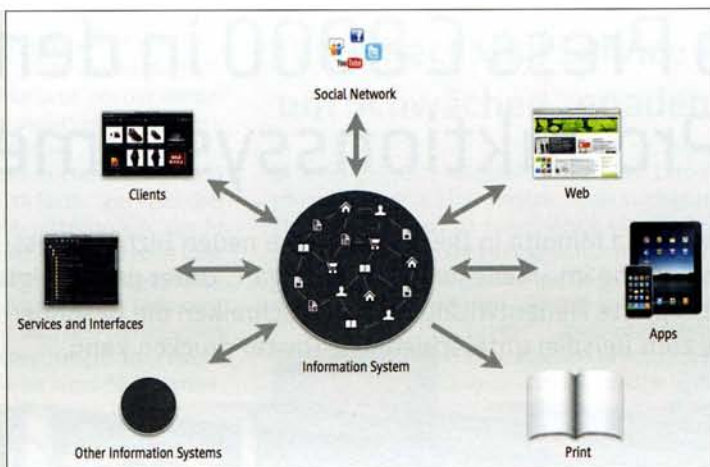
Glücklicherweise haben sich die ersten Produzenten von Redaktionssystemen umgestellt und bieten innovative Produkte, die die heutigen Content-Produzenten wirkungsvoll unterstützen. Ein treffendes Beispiel dafür ist die neue, Mitte September vorgestellte Version 4 des Publikationssystems Censhare (vgl. DD Nr. 30, Seite 36).

Was kann diese Software nun, was ein zehn Jahre altes System nicht kann? Zunächst einmal unterstützt sie die Vielfalt heutiger Ausgabe Kanäle wie Web, Print, Social Media, Podcast oder



Benutzeroberfläche Censhare 4: Dank teilbarer Fenster und Paletten können Anwender ihren Desktop ganz nach Belieben gestalten.

Censhare 4: Die Inhalte für alle Ausgabe-medien entstammen einem gemeinsamen Content-pool, sind flexibel transformierbar und nicht länger hierarchisch geordnet. Sie sind personalisierbar und können auch über Social-Media-Kanäle eingestellt werden.



Apps für mobile Endgeräte wie das iPad aus einem System. Dabei entstammen alle Inhalte einem gemeinsamen Contentpool, von wo aus sie sich in jedes gewünschte Format transformieren lassen. Das vermeidet Doppelarbeit und spart Zeit. Ganz ähnlich wie die Ausgabeformate kann Censhare auch verschiedene Sprach- oder Lokalvarianten unterstützen – eine Funktion, die nicht nur klassische Verlage zu schätzen wissen, sondern genauso die Kommunikations- und Marketingabteilungen in den Unternehmen oder auch Agenturen, Corporate Publisher und Mediendienstleister.

Einen noch höheren Grad an Flexibilität erreicht das System heute mit personalisierbaren Inhalten, die zum Beispiel dynamisch in Websites erscheinen oder als Newsletter versendet werden. Diese Inhalte können auch über Social-Media-Kanäle wie Twitter eingestellt werden. Mit diesen Funktionen ist die Brücke vom Publishing- zum Kommunikationswerkzeug gelungen.

„NETZWERKENDE“ DATEN. Censhare 4 ist zudem in der Lage, beliebige Informationsstrukturen abzubilden und mit einer aus meiner Sicht sehr feinen Rechteverwaltung zu verknüpfen. Informationsassets gehen in diesem „Universum“ freie Beziehungen untereinander ein, unabhängig von ihrer aktuellen oder späteren Verwendung. Was eben der Teaser eines Printartikels war, kann im nächsten Moment zur Twittermeldung werden. Die Datenstruktur ist nicht mehr hierarchisch, sie gleicht eher einem Netzwerk, in dem sich Informationen in jedem beliebigen Zusammenhang verbinden und dabei wieder zu neuen Informationen werden. Außerdem lassen sich individuell gestaltete Workflows kreieren und verwalten, bei denen die Wünsche der Anwender im Vordergrund stehen und nicht mehr die Möglichkeiten der Software. Entsprechend ist die nochmals verbesserte Benutzerfreundlichkeit von großer Bedeutung. Anwender finden sich nach kurzer Einarbeitung intuitiv zurecht und können ihren Desktop dank teilbarer Fenster und Paletten ganz nach Belieben gestalten. Dabei bietet Censhare alle Funktionen klassischer Redaktionssysteme voll integriert – von der Seitenplanung über die Bildbearbeitung, Vorlagenverwaltung bis hin zum eigenen XML-Editor sowie der Anbindung von Indesign/Incopy CS2 bis 5.

Was die Performance betrifft, mussten die Entwickler nochmals ordentlich nachlegen. So verwendet man inzwischen unter anderem eine eigens entwickelte In-Memory-Datenbank zur Beschleunigung von Suchprozessen, denn schon heute werden mehrere Millionen Inhalte und deren Beziehungen untereinander in Censhare verwaltet.

SPEZIELLES MIETMODELL. Eine weitere wichtige Innovation bringt Censhare mit dem neuen, speziellen SaaS-Modell in den Markt. So können die Kunden das System ab sofort speziell zugeschnitten für ihre Produkte auf Monatsbasis mieten. Die Kosten berechnen sich nach dem Produkt (zum Beispiel ein Geschäftsbericht, ein Mitarbeiter-Magazin oder auch eine Microsite), der Erscheinungsweise, der Anzahl der Sprachen sowie den Umfängen. In dieser Kombination werden SaaS-Modelle noch ein Stück interessanter und berechenbarer. Vor allem, weil das Herzstück der Software, das Media Asset Management von Censhare, künftig als Freemium-Version (Freemium: Basisdienst als Gratis-Angebot) zum Einstieg abgegeben wird.

FAZIT. Mit Censhare 4 ist aus unserer Sicht nun eine Plattform verfügbar, die zeigt, was Publizieren und Kommunizieren im Informationszeitalter ist und sein kann. Gleich ob für klassische Medien oder für die Unternehmenskommunikation.



DER AUTOR

Dieter Reichert ist CCO (Chief Communications Officer) und Vorstand der Censhare AG (München). Ihm eilt in der Branche der Ruf voraus, ein „Publishing-Visionär“ zu sein.

- ➔ dieter.reichert@censhare.com
- ➔ www.censhare.com
- ➔ www.slideshare.net/censhare



www.innovationspreis2010.de



Volker Paetzold, Direktor
Geschäftsfeldleiter VendorLeasing
IKB Leasing GmbH

»All business is local« – mit dieser Grundüberzeugung sind wir nicht nur flächendeckend in Deutschland, sondern insgesamt in neun Ländern mit eigenen Leasinggesellschaften vertreten.

Nicht umsonst zählt die IKB Leasing Gruppe zu den führenden Partnern im Mobilien-Leasing. Auf Grund unserer hohen Branchenkompetenz können wir Ihnen innovative Konzepte und transparente sowie außergewöhnlich flexible Vertragsgestaltungen anbieten.

Höchste Produktivität verlangt modernste Maschinen, insbesondere in der Druckindustrie. Hier müssen Sie als Unternehmer up to date bleiben und auf neue technische Herausforderungen reagieren. Egal ob in der Vorstufe, beim Druck, oder in der Weiterverarbeitung. Unsere Konzepte werden speziell auf Sie abgestimmt.«

IKB Leasing. Ihr kompetenter Partner für die Druckindustrie.

