

Crossmedia Post: eine Plattform der Schweizerischen Post

CROSSMEDIA PUBLISHING Die Schweizerische Post hat im vergangenen Jahr das censhare-Publishing-System als zentrale Plattform für die Verwaltung und die dezentrale Nutzung von Media Assets wie Bildern, Logos, Templates, Publikationen usw. eingeführt. Der Beitrag informiert über das Projekt.

VON JÜRIG WEBER UND JÜRIG TRÖSCH*

■ Die Anforderungen für dieses Projekt wurden von der Schweizerischen Post im Frühjahr 2010 wie folgt ausgeschrieben:

Aus der Ausschreibung der Schweizerischen Post: «... Kommunikationsprodukte müssen nicht nur effizient hergestellt, sondern deren Medieneinsatz auch laufend den neuen Ansprüchen und Anforderungen des Marktes angepasst werden können. Hierzu bedarf es einer konzernübergreifenden, crossmedialen Ausrichtung. Unter Crossmedia Post werden die koordinierte Beschaffungs- und Systemeinsatzdoktrin für die crossmedialen Kommunikationsprodukte sowie deren Standardisierung verstanden. Um relevante Inhalte aktuell sowie zielgruppengerecht (dynamisch) und mit den geeigneten Medien (cross-medial) zu vertreiben, braucht es entsprechende Werkzeuge (Applikationen) und Systeme ...»

Hauptziel des Projektvorhabens

«... Die «Crossmedia Grundsätze» definieren die Post als Eigentümerin der Mediadaten mit jederzeitigem und uneingeschränktem Zugriff auf sämtliche Daten und verlangen zudem eine Standardisierung aller Kommunikationsmittel (inklusive Material- und Qualitätsvorgaben). Durch die Bereitstellung einer integralen Gesamtlösung (zentrales Medienportal mit System-Bibliothek inklusive der Module Redaktionssystem und Web-to-Print für einzelne Konzernbereiche) zur Aufbereitung und Herstellung von Werbemitteln und Corporate Publishing Publikationen soll der Prozess «Kommunikationsmittel Post – Print und Online» massgeblich optimiert und standardisiert werden. Sämtliche Teilprozesse und Nutzer (Autoren, Übersetzer, Produktmanager, Sachbearbeiter, Kreative und Dienstleister) sollen dabei unterstützt werden. Aus dieser medienneutralen und



medienspezifischen Datenbereitstellung muss die Individualisierung der Kommunikationsmittel (aktuelle Text- und Bildinhalte) ab Standard-Publikations-Templates und nach klar definierten und hinterlegten Workflows erfolgen ...»

Systembetrieb

Über diese Anforderungen hinaus wünschte die Schweizerische Post, dass der Systembetrieb einer zukünftigen crossmedialen Systemplattform auch in Form eines externen Hostings möglich sein sollte.

Crossmedia heute bei der Schweizerischen Post

Nach einer einjährigen Einführungszeit, der Konsolidierung aller Anforderungen der sieben Konzernbereiche (PostAuto, PostFinance, PostLogistics, PostMail, Poststellen und Verkauf, Swiss Post International und Swiss Post Solutions) und der Migration ursprünglicher Media Assets steht der Schweizerischen Post eine umfassende crossmediale Systemplattform für das Media Asset Management, die Printredaktion und die Web-to-Print-Lösung zur Verfügung. Darin kann der Media Content mit entsprechenden User-/Rollenrechten mehrfach für alle Arten von Publikationen verwendet werden.

Dabei werden sämtliche Relationen dynamisch und bidirektional gehalten. Zusätzlich wurde eine Schnittstelle an die Branding-Plattform der Schweizerischen Post eingerichtet (www.brandingnet.ch). Diese Anbindung ermöglicht es sämtlichen autorisierten Post-Mitarbeitenden und Partnern, Bilder, Corporate-Design-Vorlagen und Logos zu beziehen.

100%ige Kollaboration mit allen Akteuren

Mit der neuen Crossmedia-Plattform ist es nun möglich, sämtliche Dienstleister wie Agenturen, Fotografen, Übersetzer, Vorstufenbetriebe usw. dezentral in den Produktionsprozess einzubinden. Der Vorteil für die Schweizerische Post ist dabei, dass sie jederzeit die Datenhoheit behält sowie alle Publikationsprozesse laufend verfolgen und koordinieren kann.

Web-to-Print für 120 Poststellengebiete

Mit dem Einsatz des censhare-Web-to-Print-Moduls können alle 120 Poststellengebiete mit Hilfe von spezifischen Print-Templates Werbemittel und Geschäftsdrucksachen online individualisieren und durch einen entsprechenden Bestellprozess beziehen. Je nach Publikationsart können die Be-

zugs- oder Fertigstellungsprozesse der Print-Publikationen unterschiedlich eingerichtet werden. Dies bedeutet, dass zum Beispiel nach einer Printlayout-Individualisierung zusätzlich eine Freigabestelle, ein Korrekturat oder ein Übersetzungsauftrag in den Bezugsprozess eingebaut werden kann.

Nächste Projektetappen

Aktuell und in den nächsten Monaten erfolgen in den verschiedenen Konzernbereichen der Schweizerischen Post sowie bei diversen Partnern (Agenturen, Vorstufen, Fotografen usw.) die spezifischen Anwenderschulungen. Über die Festigung der bis heute bereits eingerichteten censhare-Systemmodule wie MAM, Print-Redaktion und Web-to-Print hinaus plant die Schweizerische Post den weiteren Ausbau des censhare-Publikationssystems in der crossmedialen Nutzung für die Einbindung im Online- und Mobile-Bereich.

Linkgroup als Integrationspartner

Die Systemintegration für die Schweizerische Post hat Linkgroup mit Sitz in Zürich und Partner von censhare als Generalunternehmen übernommen. Linkgroup hat in enger Zusammenarbeit mit censhare die gesamte Projektumsetzung – von der Konzeption bis hin zu den aktuell laufenden Schulungen für diverse Post-Mitarbeitende und externe Dienstleister – betreut. ■



* Jürg Weber ist CEO von censhare (Schweiz) AG in Zürich. www.censhare.com



* Jürg Trösch ist Delegierter VR Linkgroup in Zürich. www.linkgroup.ch