

*freedom  
to create*

Erfolgsgeschichte



censhare

# Wettbewerbsvorteil durch effiziente Produktion

Der Special Interest-Verlag Delius Klasing nutzt censhare als zentrale Kommunikations- und Datenplattform, um seine Medien wettbewerbsfähig zu produzieren.



*„censhare ist ein Motor, ohne den unsere Arbeit nicht mehr vorstellbar wäre. Wir wissen gar nicht mehr, wie das früher gelaufen ist.“*

**Olaf Klinger**, Head of Publishing Magazines, Delius Klasing Verlag

*„Früher brauchte Delius Klasing 4 Stunden, um für eine Ausgabe die Honorarabrechnungen der verwendeten Bilder zu erstellen. Heute geht das mit einem Klick im Millisekundenbereich.“*

**Sören Zurheide**, Publishing Client Project Manager, Mohn Media

## AUF EINEN BLICK

Branche

**Medien & Special Interest-Verlag**

Produkte

- **Digital Asset Management**
- **Content Management**

Unternehmensanforderungen

**Um wettbewerbsfähig zu bleiben, benötigt Delius Klasing ein zentrales Omnichannel Content Management. Damit kann der Verlag medienneutral immer mehr Content in der gleichen Zeit aufbereiten und weitgehend automatisiert in eine wachsende Zahl von analogen und digitalen Kanälen ausleiten.**

## Schneller, besser, weiter

Mit 200 Mitarbeitern und Standorten in Bielefeld, Hamburg, München und Stuttgart ist Delius Klasing Europas größtes, familiengeführtes Special Interest-Medienhaus. Sein Verlagsprogramm in den Bereichen Wassersport, Radsport und Automobil umfasst 1.100 Buchtitel, 17 Zeitschriften, mehr als 40 Kalender, 350 E-Books und zahlreiche Online- und App-Angebote.

„Wir sind heute in einem sehr stark prozessgetriebenen Markt unterwegs: In immer kürzeren Produktionszeiten müssen wir mit gleichbleibend hoher Qualität immer mehr Publikationen im gleichen Zeitraum herausbringen“, beschreibt Dirk Kemmerer, CEO bei Mohn Media, die Herausforderungen im Verlagsbereich.

Gerade große Verlage haben sich die dafür notwendige IT-Infrastruktur früher oft selbst angeschafft und unter großem Aufwand gehostet und weiterentwickelt. Vor sieben bis acht Jahren hat sich das gewandelt, denn die Verlage haben erkannt, dass sie sparen und sich wieder auf ihr Kerngeschäft konzentrieren müssen, nämlich Inhalte zu generieren.

„So wie bisher hat es einfach keinen Sinn mehr gemacht“, stellt Olaf Klinger, Head of Publishing Magazines bei Delius Klasing, fest. „Wir mussten uns weiterentwickeln, um wettbewerbsfähig zu bleiben, wollten dabei aber nicht mehr selbst das IT-Know-How aufbauen. Wir brauchten ein Tool, das all die Bilddaten und Inhalte besser organisiert, als das auf den herkömmlichen Fileserver-Strukturen möglich war. Daher haben wir uns in Zusammenarbeit mit unserem Partner Mohn Media im Jahr 2011 entschieden, censhare als ASP-Lösung einzuführen.“

#### Delius Klasing verfolgt vor allem vier Ziele:

- 1) Eine zentrale Plattform schaffen, auf der regional verteilte Redaktionen und Verlagsabteilungen parallel und transparent zusammenarbeiten können
- 2) Content online und offline crossmedial wiederverwerten
- 3) Daten zentralisieren und gleichzeitig schlankere Prozesse und standardisierte Workflows schaffen
- 4) Durch Automatisierung die Effizienz steigern

„Mit censhare verfügt Delius Klasing über ein fantastisches Tool, das auf die Zukunft ausgerichtet ist und von dem wir wissen, dass es weiterentwickelt wird“, begründet Julian Vertkersting, Head of Prepress bei Mohn Media, die Wahl von censhare. „Wir wollten eine Standardsoftware, die wir individuell anpassen können, sodass sich unterschiedlichste Use Cases damit abbilden lassen. Gerade bei Delius Klasing mit seinen Zeitschriften aus unterschiedlichsten Bereichen und dem Buchverlag, der wiederum ganz andere Anforderungen hat, ist es enorm wichtig, wirklich alle Inhalte direkt in censhare verarbeiten zu können.“

## Geschäftsergebnisse



**1.100**

Buchtitel, 17 Zeitschriften, 40 Kalender, 350 E-Books direkt aus censhare beliefert



**3 Mio.**

Assets in censhare gespeichert



**Millisekunden**

pro Honorarabrechnung für Bilder – bisher 4 Stunden

## Dank censhare läuft die Produktion wie am Schnürchen

Heute verwendet Delius Klasing censhare für die transparente und fließende Produktion aller Zeitschriften, Bücher, Kalender, sowie seit Neuestem auch als WebCMS für die Website und zum Ausleiten von Content in diverse Apps direkt aus censhare heraus. „Kurz vor Redaktionsschluss war früher die Hektik beim Verlag immer groß“, sagt Julian Vertkersting. „Der Chefredakteur wollte das ganze Heft sehen, es mussten noch Rechtschreibfehler ausgebessert werden und vielleicht fehlten auch noch die Anzeigen. Heute sind die Prozesse transparent und fließend, man sieht alles von Anfang an, und der Redakteur weiß auch ohne Anruf in der Anzeigenabteilung, welche Anzeigen gebucht und wo sie platziert sind.“

„censhare ist die Basis allen Produzierens bei uns im Haus, eine zentrale Lösung für unser wichtigstes Kapital, nämlich unsere Inhalte“, bringt es Olaf Klinger auf den Punkt. „Das heißt, alle Assets, die wir für die Produktion benötigen, egal für welches Medium, sind dort vorhanden – insgesamt immerhin drei Millionen.“

Das beinhaltet Bilder, Videos, Texte, Layouts, PDFs, Anzeigen, aber auch unsere Prozesse, einfach alles. censhare ist ein Motor, ohne den unsere Arbeit nicht mehr vorstellbar wäre. Wir wissen gar nicht mehr, wie das früher gelaufen ist.“

censhare vernetzt Mitarbeiter bei Delius Klasing, bietet aber auch die effiziente Ausleitung in die unterschiedlichen Kanäle – egal ob Newsletter, Digitalausgabe, Website oder App. Dabei kümmert sich der Redakteur, der früher nur den Printkanal bedient hat, heute auch um die digitalen Kanäle. Und auch die Wiederverwertung von Content hat sich deutlich vereinfacht.

## **Effiziente Prozesse und Workflows verschaffen einen klaren Wettbewerbsvorteil**

Die automatisierten Prozesse bescheren Delius Klasing klare Effizienzgewinne, wie zum Beispiel bei Honorarabrechnungen für Bilder: „Früher musste jemand das fertige Heft aufklappen, die Fotos markieren und die Informationen von Hand in eine Excel-Tabelle eintragen“, erzählt Sören Zurheide, Projektmanager bei Mohn Media. „Dann wurde das markierte Heft per Post nach München geschickt,

dort erneut überprüft und anschließend wieder zurückgeschickt. Der Verlag brauchte damit insgesamt vier Stunden Arbeitszeit, um für eine Ausgabe die Bild-Honorarabrechnungen zu erstellen. Heute geht das mit einem Klick im Millisekundenbereich. Und das ist nicht alles: Auf Knopfdruck kann die Abrechnung von beliebig vielen Ausgaben gegenübergestellt oder auch eine Jahresabrechnung erstellt werden.“

Auch die automatische Generierung von PDF-Dateien ohne Anzeigen spart dem Verlag Zeit und Geld. Musste früher ein Mitarbeiter in den PDF-Seiten die Anzeigen per Hand entfernen und dann eine neue PDF-Datei generieren, werden heute PDF-Versionen ohne Anzeigen automatisch mitgeneriert und lassen sich jederzeit abrufen.

„Dank censhare arbeiten wir transparenter und nutzen standardisierte Prozesse und Workflows sowie Soft- und Hardware“, sagt Olaf Klinger. „Das erleichtert die Kommunikation und den Support, aber auch das Ausrollen von zentralen Produkten. Wenn wir heute eine neue Website oder ein neues Printprodukt herausbringen, haben wir automatisch ein Framework für alle anderen Zeitschriften, Marken und Produkte. Das spart Zeit und Geld, und wir erzielen dank censhare einen klaren Wettbewerbsvorteil.“

*„Mit censhare verfügt Delius Klasing über ein fantastisches Tool, das auf die Zukunft ausgerichtet ist und von dem wir wissen, dass es weiterentwickelt wird.“*

**Julian Vertkersting**, Head of Prepress, Mohn Media

## Über censhare

Unsere zukunftsweisende Universal Content Management-Plattform bringt Sie mit Ihren Zielgruppen zusammen – in jedem Kanal, in jeder Sprache, lokal und global.

censhare Kunden wie Allianz, Dyson, Christie's oder Lufthansa profitieren bereits von der neuen Freiheit, qualitativ hochwertige und konsistente Inhalte mit außerordentlicher Effizienz zu entwickeln und bereitzustellen.

Erfahren Sie mehr unter [www.censhare.com](http://www.censhare.com)

Copyright © 2020 censhare

*Alle Rechte vorbehalten. censhare und sonstige Warenzeichen sind Warenzeichen der censhare GmbH oder ihrer Tochtergesellschaften. Sonstige Warenzeichen können Warenzeichen ihrer jeweiligen Eigentümer sein. Diese Case Study dient ausschließlich zu Informationszwecken. Die Inhalte dieser Case Study waren zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung korrekt. censhare übernimmt für diese Case Study keine Gewährleistung – weder ausdrücklich noch impliziert.*