



Sven Koch
Stefan Nieland

**Content- und Cross-Media-Management
in Verlagsunternehmen**

FHDW-Schriftenreihe
Bericht Nr. 1/2004

FHDW-Schriftenreihe

Band 1/2004

**Sven Koch
Stefan Nieland**

**Content- und Cross-Media-Management
in Verlagsunternehmen**

Shaker Verlag
Aachen 2004

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Copyright Shaker Verlag 2004

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 3-8322-2481-5

ISSN 1610-1650

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen

Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9

Internet: www.shaker.de • eMail: info@shaker.de

Inhaltsverzeichnis

<u>Inhaltsverzeichnis</u>	Seite
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	III
Abkürzungsverzeichnis	IV
1 Einleitung	1
2 Grundlagen für Content- und Cross-Media-Management in Verlagsunternehmen	4
2.1 Verlagsunternehmen.....	4
2.1.1 Verlage als Teil der Medienbranche.....	4
2.1.2 Ursprünge und Kategorisierungsansätze.....	6
2.1.3 Struktur und Marktsituation.....	8
2.1.4 Aufbau, Funktionsweise und Wertschöpfung des Verlagsgeschäfts.....	11
2.2 Veränderung relevanter Rahmenbedingungen für das Verlagsgewerbe.....	13
2.2.1 Technologische Entwicklungen.....	13
2.2.2 Mediennutzungsverhalten.....	15
2.2.3 Auswirkungen für Verlagsunternehmen.....	18
3 Content- und Cross-Media-Management im Rahmen von Electronic Publishing	22
3.1 Electronic Publishing: Begriffsabgrenzung und Erklärung.....	22
3.2 Content Management.....	24
3.2.1 Begriffsabgrenzung.....	24
3.2.2 Aufgaben des Content Management.....	26
3.2.3 Content Management Systeme.....	28
3.2.3.1 Kernziele des Einsatzes.....	28
3.2.3.2 Systemvarianten.....	29
3.2.3.3 Anforderungen aus Verlagssicht.....	31
3.2.3.4 Funktionalitäten.....	32
3.2.3.5 Bedeutung und Einsatz von XML im Rahmen von	

Inhaltsverzeichnis

Content Management.....	34
3.2.3.6 Technischer Aufbau und Architektur.....	36
3.2.4 Zentrale Nutzenpotentiale für Verlage.....	38
3.3 Cross-Media-Management.....	39
3.3.1 Rahmenbedingungen.....	40
3.3.2 Single Source - Multi Channel – Strategie.....	40
3.3.3 Cross Media Publishing.....	41
3.3.3.1 Technologische Basis.....	41
3.3.3.2 Cross-mediale Publikationskanäle.....	42
3.3.4 Effekte auf die Wertschöpfung von Verlagsunternehmen.....	44
3.3.4.1 Disintermediation durch Online-Distribution.....	45
3.3.4.2 Online-Erlöspotentiale.....	45
3.3.4.3 Content Syndication.....	46
3.3.4.4 Unterstützung des Verlagsmarketing.....	46
3.3.5 Zusammenfassung.....	47
4 Einsatz von Content- und Cross-Media-Management in der Verlagspraxis	48
4.1 Erhebung zu Akzeptanz und Einsatz von Content- und Cross-Media-Management in deutschen Verlagsunternehmen.....	48
4.1.1 Erhebungsdesign.....	48
4.1.2 Darstellung der Ergebnisse und Auswertung.....	50
4.1.3 Interpretation und Schlussfolgerung.....	58
4.2 Kritische Beurteilung der Relevanz der Einsatzmöglichkeiten von Content- und Cross-Media-Management für Verlagsunternehmen.....	62
5 Fazit und Ausblick	67
Anhang	69
Quellenverzeichnis	80

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	Seite
Abbildung 1: Typen von Medienunternehmen.....	5
Abbildung 2: Kategorisierung der Verlagsbereiche.....	7
Abbildung 3: Umsatzentwicklung der deutschen Buchverlage 1992-2002 in %.....	9
Abbildung 4: Wertkette in Verlagsunternehmen.....	11
Abbildung 5: PC-Ausstattung und Internetzugang in deutschen Haushalten in den Jahren 2000 bis 2002.....	14
Abbildung 6: Entwicklung der Mediennutzungszeiten (inkl. Prognose für 2010).....	16
Abbildung 7: Konvergenz im Medien-, IT- und Telekommunikationssektor.....	20
Abbildung 8: Von Daten zu Content.....	24
Abbildung 9: Content Life Cycle.....	27
Abbildung 10: Content Management Systemvarianten.....	29
Abbildung 11: Übersicht der Funktionen von Content Management Systemen.....	33
Abbildung 12: Trennung von Inhalt, Struktur und Layout in XML.....	36
Abbildung 13: Beispielhafte Architektur eines Content Management Systems.....	37
Abbildung 14: Single Source - Multi Channeling.....	40
Abbildung 15: Programmsegmente der teilnehmenden Verlage.....	51
Abbildung 16: Hauptnutzen von Cross Media Publishing bzw. Elektronischen Publizieren für die Verlage.....	52
Abbildung 17: Publikationskanäle der Verlage.....	54
Abbildung 18: Umsatzanteil elektronischer Medien am Gesamtumsatz.....	55
Abbildung 19: Einschätzung konkreter Online-Erlösquellen hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Verlage.....	56
Abbildung 20: Hauptvorteile des Einsatzes eines Content Management Systems für die Verlage.....	58
Abbildung 21: Relevanz-Matrix für Content- und Cross-Media-Management.....	66

Tabellenverzeichnis	Seite
Tabelle 1: Die jeweils 10 größten Publikums- und Fachzeitschriftenverlage.....	10
Tabelle 2: Kriterien hinsichtlich der Eigenschaften der Inhalte.....	31
Tabelle 3: Kriterien hinsichtlich der Verwendung der Inhalte.....	32

Abkürzungsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis

ADSL	Asymmetric Digital Subscriber Line
AKEP	Arbeitskreis Elektronisches Publizieren
ASP	Application Service Providing
CD	Compact Disc
CD-ROM	Compact Disc Read Only Memory
CMS	Content Management System
CRM	Customer Relationship Management
CSS	Cascading Style Sheets
DL	Dienstleistung
DMS	Dokumenten Management System
dpa	Deutsche Presseagentur
DSL	Digital Subscriber Line
DTD	Document Type Definition <i>oder</i> Dokumententypdefinition
DVD	Digital Versatile Disc
ECMS	Enterprise Content Management System
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GSM	Global System for Mobile Communication
HTML	Hypertext Markup Language
HTTP	Hypertext Transfer Protocol
MAM	Media Asset Management
PDA	Personal Digital Assistant
PDF	Portable Document Format
PoD	Print on Demand
SGML	Standard Generalized Markup Language
TCP/IP	Transmission Control Protocol / Internet Protocol
TDSL	Telekom Digital Subscriber Line
UMTS	Universal Telephone Mobile System
VDZ	Verband Deutscher Zeitschriftenverleger
WAP	Wireless Application Protocol
WCMS	Web Content Management System
WWW	World Wide Web
XML	Extensible Markup Language
XSL	Extensible Stylesheet Language