

E-Publishing

Vertriebskanal Internet

Die Konvergenz der Medien und das veränderte Mediennutzungsverhalten haben dazu geführt, dass Verlage die Inhalte ihrer Printtitel zunehmend auch als E-Paper über das Internet verbreiten. Die dsb AG erstellt für ihre Kunden solche elektronischen Versionen.

Der Medienmarkt befindet sich in einem Veränderungsprozess. Die Umsätze im Stammgeschäft sind rückläufig und das Mediennutzungsverhalten der Bundesbürger verändert sich. Das Internet gewinnt eine immer größere Bedeutung. Um im Mediengeschäft der zunehmend digitalen Zukunft zu bestehen, müssen die Verleger mit den technischen Entwicklungen des Marktes Schritt halten. Dabei kommt es vor allem auch auf die Konzeption und Integration ergänzender Online-Angebote an.

Fürchteten die Verlage anfangs noch die Kannibalisierung des eigenen Geschäfts und waren im Hinblick auf das Internet zurückhaltend, nutzen sie heute das Internet z.B. als Vertriebsweg für ihre Offline-Produkte. Die Distributionsmöglichkeiten von digitalen Inhalten in Schrift, Bild und Ton ermöglichen den Medienunternehmen dabei vor allem auch neue Formen und Formate des Publizierens und damit des Vertriebs. Das Internet als neuer Vertriebskanal hat sich inzwischen neben den traditionellen Vertriebswegen etabliert. Die Verlage bringen ihre Zeitschrifteninhalte als E-Paper ins Netz und damit zum Leser.

Der verlagsunabhängige IT-Dienstleister dsb AG unterstützt seine Kunden seit April beim E-Publishing, übernimmt die Produktion des E-Papers sowie das Hosting der E-Publishing-Anwendung und steht auch als Partner für integrierte Web-Szenarien zur Verfügung. Olaf Bendt, Vertriebsleiter der dsb AG,

weist auf den Mehrwert hin, den Verlage ihren Lesern und Abonnenten mit E-Publishing bieten können. Das E-Paper könne beispielsweise als Premium-Angebot für bestehende Abonnenten dienen. Zudem können durch die Erstellung eines E-Papers neue Lesergruppen erschlossen und die Reichweite erhöht werden. „Unter Einhaltung bestimmter Kriterien ist diese Reichweitenerhöhung auch IVW-relevant“, erläutert der Vertriebsleiter.

Der Aufbau eines elektronischen Archivs wird durch die Speicherung der Inhalte ebenfalls erleichtert. „Ein-

mal produzierte Online-Inhalte sollten in einer zentralen Datenbank stehen, die die weitere Nutzung dieser Inhalte medienneutral unterstützt“, sagt Olaf Bendt. „So lassen sich Online-Archive und ganze Informationsportale realisieren.“

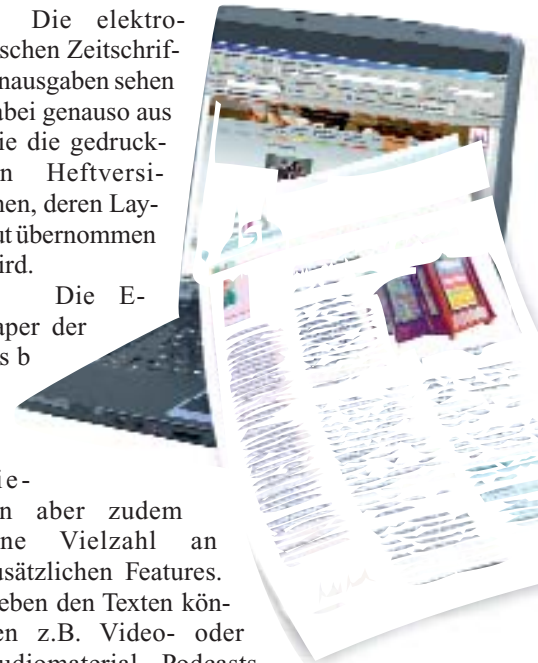
Mit Video und Ton

Die elektronischen Zeitschriftenausgaben sehen dabei genauso aus wie die gedruckten Heftversionen, deren Layout übernommen wird.

Die E-Paper der dsb

bieten aber zudem eine Vielzahl an zusätzlichen Features. Neben den Texten können z.B. Video- oder Audiomaterial, Podcasts oder animierte Anzeigen in die digitale Version integriert werden. Auch die Verlinkung auf Web-Shops und weiterführende Angebote ist möglich.

Als Basis für das E-Paper dient



das PDF-Dokument einer Zeitschrift. Die dsb-Lösung generiert daraus eine elektronische Ausgabe des Print-Mediums. Diese kann dann um zusätzliche Rich Media Inhalte angereichert und automatisch mit anderen Internet-Seiten verlinkt werden.

Die von dsb genutzte Software wird international u.a. in Großbritannien von der Financial Times Gruppe oder der VNU genutzt. „Wir sind seit April exklusiver Vertriebspartner für diese Lösung in Deutschland und bisher sind wir auf reges Interesse gestoßen“, sagt Bendt. Ein erstes Pilotprojekt sei mit einem Online-Katalog geplant und wird demächst starten. „Darüber hinaus haben wir für einen Industriekunden die Präsentation eines Produktkataloges als E-Paper mit integrierter Verlinkung der dort genannten Angebote zu dessen E-Shop realisiert.“

Bendt kündigt an, dass die E-Paper-Lösung kurzfristig noch komfortabler werden wird. „Ziel ist es, ein Informationsportal anzubieten, das dem Nutzer ermöglicht, spezifische Artikel aus unterschiedlichen Ausgaben in einem nutzerindividuellen Online-Dokument zusammen zu fassen, das auf Wunsch dann sogar als pdf zur Verfügung steht“, so der Vertriebsleiter.

Steigerung des Markenwerts

dnv: Warum haben Sie sich zur Einführung des E-Publishing entschieden?

Olaf Bendt: Wir von der dsb AG unterstützen Verlage und Full-Service-Dienstleister mit unseren bisherigen Softwarelösungen seit langem bei der Vermarktung und dem Vertrieb von Print- und Merchandising-Produkten. Unsere E-Publishing Lösung stellt dabei eine sinnvolle Ergänzung dar und ermöglicht, dass Web-Szenarien hoch integriert mit den ohnehin vorhandenen CRM-Daten aus den konventionellen Vertriebsbereichen abgebildet werden können. Als Stichworte seien hier nur die Authentifizierungsprozesse zu Premium-Online-Bereichen für Abonnenten oder die Abbildung von Paymentprozessen erwähnt.

dnv: Schadet der Online-Vertriebsweg den klassischen Vertriebswegen nicht?

Olaf Bendt: Die Frage stellt sich aus unserer Sicht so nicht. Verlage sind abstrakt gesprochen Informationsanbieter. Das Internet hat heute bereits eine derart große Dynamik, dass der Informationsbedarf der Internet-User aus einer oder mehreren Quellen gedeckt wird. Eine Sperrung der Verlage, ihre Inhalte online anzubieten, käme einer kampflosen Überlassung dieses Feldes an andere Anbieter, wie Google und Co. gleich. Online-Angebote der Verlage schaden also nicht dem klassischen Vertriebsweg, sondern erhalten und steigern im Idealfall den Markenwert von Print.



Olaf Bendt,
dsb-Vertriebsleiter

„Und natürlich werden wir die Integration mit unseren bestehenden Abo- und Versandhandels-Lösungen vorantreiben und so durchgängige Prozessketten

ohne Medienbruch abbilden können, z.B. eine Abo-Werbung in einem E-Paper, die bei Bestellung automatisiert in unser Abo-System einfließt.“ (vg)