WissenKOMPAKT

Ein Beitrag von Robert Schneider

Die sieben Schritte zur Entwicklung optimierter Prozesse für die Multi-Channel-Medienproduktion

Komplex und mit großen Optimierungspotenzialen: Die Kommunikationsprozesse sind in vielen Unternehmen historisch gewachsen und geprägt von Doppelarbeit, Reibungsverlusten und redundanten Informationen. Eine Situation, die es aufzulösen gilt durch eine integrierte Arbeitsumgebung, die Erstellungs- und Publikationsprozesse präzise aufeinander abstimmt. Der Weg dorthin: Alle Marketing-relevanten Inhalte müssen grundsätzlich unabhängig vom Ersteinsatz beziehungsweise Vertriebsweg erstellt und aufbereitet werden. Die Abläufe dafür steuert eine zentrale, Content-orientierte Plattform, die alle zeitlichen und inhaltlichen Abhängigkeiten abbildet sowie Rollen und Rechte definiert. Ist diese Basis geschaffen, gelingt es über sieben Schritte, die Prozesse der Multi-Channel-Medienproduktion transparent, rechtssicher und kosteneffizient zu gestalten.

Robert Schneider ist seit 2009 Geschäftsführer und Gesellschafter der W&co Mediaservices München GmbH & Co KG. Er führt das Unternehmen gemeinsam mit seinem Partner Alex Werkmeister. Zuvor war Schneider bei W&co als Mitglied der Geschäftsleitung zehn Jahre lang für die Führung mehrerer Geschäftsbereiche sowie die Entwicklung von Geschäftsfeldern zuständig.

1. Definition der strategisch relevanten Kommunikationskanäle

Aus der Vielfalt an Kommunikationskanälen sollten neben den klassischen Wegen auch neue Ansätze wie soziale Netzwerke auf ihre Relevanz hin geprüft werden. Zielsetzung ist die Omnipräsenz der eigenen Marke in den von den Kunden genutzten Medien. Der daraus resultierende individuelle Channel-Mix bestimmt die kundenzentrierte Kommunikationsstrategie. Aus dieser werden Anforderungen, Abhängigkeiten und Synergiepotenziale in der Umsetzung der Kommunikationsmaßnahmen abgeleitet.

2. Medienneutrale Aufbereitung der Inhalte

Die aus dem Multi-Channel-Marketing resultierende Komplexität erfordert einen Single-Source-Ansatz: Das bedeutet, sämtliche unterschiedlichen Medienkanäle aus einer zentralen Quelle zu versorgen. Dafür werden alle Inhalte unabhängig von ihrer späteren Verwendung in medienneutralen Datenformaten erstellt. Etabliert haben sich hier Formate wie XML für Texte sowie Masterdateien für Bilder in höchster Auflösung und mit medienneutralen Farbräumen in Standard-Bilddatenformaten.

3. Hohe Granularität der Einzelinformation

Es gilt das Credo: Je granularer die Information, desto einfacher ist es, sie mehrfach zu verwenden. Die kleinste Einheit ist dabei nicht die Publikation, sondern die Einzelinformation in Form eigenständiger Assets. Seitenorientierte Datenformate wie Word oder Indesign sind für die Informationserstellung wenig geeignet. Flexibler sind einzelne Text-Assets, die zielgruppenorientiert zu einer Artikelbeschreibung im Print-Katalog, im Web-Shop, in einer Pressemeldung oder in einem Kunden-Mailing zusammengefügt werden können.

4. Zentrale Informationserstellung und -verwaltung

Den Erstellungs- und Anreicherungsprozess sowie die systemgestützte Verwaltung der Inhalte übernimmt eine zentrale IT-Plattform, auf die Mitarbeiter und Dienstleister Zugriff haben. Inhalte sollten niemals lokal bei einzelnen Anwendern oder Arbeitsgruppen gespeichert werden. Der Plattform-Ansatz stellt in der Multi-Channel-Medienproduktion die nötige Transparenz und Verfügbarkeit der Informationen sicher, da so die Relationen zwischen den einzelnen Informationsbestandteilen systemgestützt vorgehalten werden: Wer hat wann welche Information erstellt, hinzugefügt, gelöscht, und welche Assets wurden in welchem Zusammenhang genutzt. Daten, die aus dem System exportiert werden, verlieren sämtliche Metadateninformationen und werden zu „toten" Inhalten.

5. Systemgestützte Versionierung und Variantisierung

Während der Medienproduktion entstehen Informationen unterschiedlichen „Reifegrads". Dabei erzeugt jede Veredelungsstufe im Zentralsystem eine neue Version, die im Kontext zum Vorgänger steht. Benötigte Derivate werden zu Varianten der Masterinformation und können so eigenständig weiterbearbeitet beziehungsweise ihrerseits versioniert werden. Regionale Anpassungen und Übersetzungen von Inhalten werden als Varianten beziehungsweise Assets der Masterversion behandelt, die dauerhaft miteinander verknüpft bleiben. Dies stellt sicher, dass Änderungen an der Masterinformation automatisch den Benutzern signalisieren, die Varianten anzupassen. Versionsfehler oder redundante Daten sind damit ausgeschlossen.

6. Integrierte Korrektur- und Freigabeprozesse

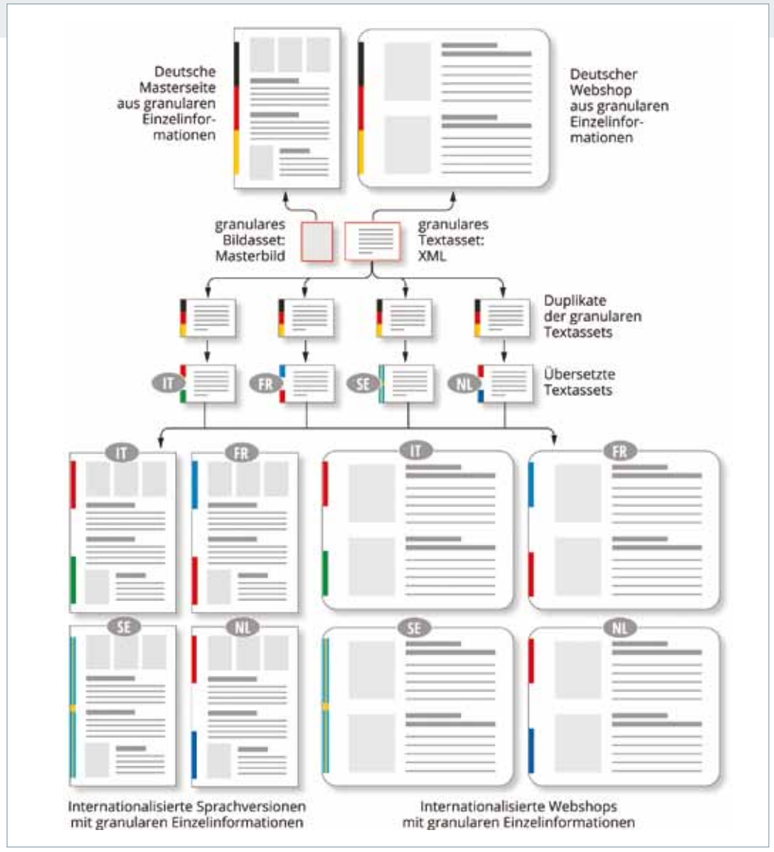
Informationserstellung und -überprüfung sind häufig interdisziplinäre Prozesse zwischen Fachbereichen, Redaktionen und Rechtsabteilungen. Zentrale Content-Plattformen ermöglichen dafür abteilungsübergreifende Korrektur- und Freigabeprozesse mit definierten Rollen, Rechten und Workflows. Zur Veröffentlichung stellt das System nur valide und geprüfte Informationen zur Verfügung, die den vorab definierten Freigabeprozess durchlaufen haben.

7. Automatisierte Publikation von Informationen

Wenn alle Inhalte in einem einzigen System erstellt und verwaltet werden, kann darüber auch automatisiert die Publikation an alle Kommunikationskanäle erfolgen – als individuelle Zusammenstellung granularer Einzelinformationen. Die zentrale Quelle sorgt dabei für eine durchgängig konsistente Produktkommunikation. Änderungen an der Content-Basis führen zu einer automatisierten Aktualisierung in allen Zielmedien. Dies ist insbesondere für die Rechtssicherheit wesentlich, vereinfacht aber auch Marketingkampagnen und die Nutzung neuer Kommunikationskanäle. Moderne Publishing-Lösungen passen zudem die Inhalte an die technischen Bedingungen des jeweiligen Medienkanals an.

Die zehn Leitlinien effizienter Multi-Channel-Medienproduktion

1. Strategische Relevanz: Prüfung der benötigten Kommunikationskanäle
2. Reduzierte Redundanz: Integrierte Medienproduktion für alle Vertriebswege
3. Höhere Transparenz: Zentrale Content- und Collaboration-Plattform
4. Einfache Mehrfachnutzung: Granuale und medienneutrale Contenterstellung
5. Durchgängige Konsistenz: Strukturierte Versionierung und Variantisierung von Inhalten
6. Kosten- und Zeiteinsparungen: Mehrfachverwendung veredelter Einzelinformationen
7. Parallelisierung der Abläufe: Orchestrierung der Prozesse über IT-gestützte Logiken
8. Effizienz durch Standards: Definition von Workflows mit automatisierten Abläufen
9. Konsequente Rechtssicherheit: Implementierung rollenbasierter Freigabeprozesse
10. Integrierte Kommunikation: Single-Source-Ansatz für zentrale Publikation in alle Kanäle



Grafik: W&co Mediaservices München

Beispiel – Systemgestützter Internationalisierungsprozess: Informationen sollten grundsätzlich in medienneutralen Formaten erstellt und als einzelne Assets in die jeweilige Publikation eingebunden werden. So entsteht maximale Flexibilität in der Mehrfachverwertung vorhandener Inhalte, was die Herstellungskosten deutlich reduziert. Derivate einer Basisinformation werden als Varianten angelegt, so wie in diesem Beispiel die Sprachversionen eines textbasierten Basis-Assets. Mit diesen Varianten lassen sich dann automatisiert Sprachversionen erstellen, die wiederum in multiplen Kommunikationskanälen genutzt werden können. Die Basisinformation bleibt mit den Varianten dauerhaft verknüpft – bei Veränderung dieser wird der Benutzer vom System informiert, die Varianten anzupassen

Hier erfahren Sie mehr:

BÜCHER:

- Günter/Hagemann/Obermayer: **Agiles Publishing.** Fokus auf den Nutzer, das Silo-Denken beenden: Neue Wege des Publizierens für Print, Web und Apps, Kastner, 2013
- Hoffmann-Walbeck et al: **Standards in der Medienproduktion,** Springer Vieweg, 2013
- Jackenkroll, Melanie: **Sprache mit Potenzial: XML als Grundlage des Cross-Media-Publishing,** AV Akademikerverlag, 2012