

klopotek.

**Warum und wie Verlage heute
XML sprechen sollten**

Helmut von Berg

Stuttgart, 1. März 2011



Klopotek & Global Customers and Offices Worldwide



- Publishing expertise and the leading solution for both print and online publishing products
- 350+ publishing customers in Europe and North America
- 5,000+ days per year of new product enhancements
- 14,000+ users with multiple language interfaces
- 200 certified publishing software professionals

← → ↻  www.google.de/search?aq=f&sourceid=chrome&ie=UTF-8&q=helmut+von+berg

Web [Bilder](#) [Videos](#) [Maps](#) [News](#) [Shopping](#) [E-Mail](#) [Mehr](#) ▼



helmut von berg

Ungefähr 14.000.000 Ergebnisse (0,07 Sekunden)

-  **Alles**
-  Bilder
-  Videos
-  News
-  Shopping
-  Mehr

Hamburg
Standort ändern

Das Web
Seiten auf Deutsch
Seiten aus
Deutschland
Übersetzte Seiten
Mehr Optionen

[Helmut von Berg Publishing Consulting & Services](#) 🔍

Publishingprozesse, Prozessstandardisierung, Beratung zu Herstellung im Verlag, Verlagsherstellung, Produktionsprozessen, Schnittstellen und Strategien, ...
www.helmut-von-berg.de/ - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

[PUBLISHING](#) 🔍

Ein neues Zahlssystem für Medieninhalte. 18.2.2011 von **Helmut von Berg**. »Wie ...
friedrich.helmut-von-berg.de/ - [Im Cache](#)

[Impressum @ Helmut von Berg](#) 🔍

Impressum **HELMUT VON BERG** Publishing Consulting & Services ...
www.helmut-von-berg.de/impress.htm - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

[PUBLISHING » Über Helmut von Berg](#) 🔍

Mehr bei helmut-von-berg.de(Downloadmöglichkeit unter Publizieren ...
friedrich.helmut-von-berg.de/?page_id=2 - [Im Cache](#)

[+](#) Weitere Ergebnisse anzeigen von helmut-von-berg.de

[Helmut von Berg - Deutschland | LinkedIn](#) 🔍

Helmut von Berg is head of the international Klopotek Production Network, a strategic unit dealing with the challenges of market development in the ...
de.linkedin.com/pub/helmut-von-berg/5/585/254 - [Im Cache](#)

[Helmut von Berg - K&P_Verlagssoftware Konferenzen und Messen...](#) 🔍

Helmut von Berg. Seit Oktober 2004 Direktor bei der Klopotek & Partner GmbH und ... Auf diesem Gebiet blickt **Helmut von Berg** auf langjährige Erfahrung ...
www.klopotek.de/conf/.../de43180.htm - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

Cogito ergo sum...

Direktor bei...

Strategische Fragestellungen

Analyse und Optimierung von Publishingprozessen

Publishers' Forum

Berliner Werkstatt Herstellung

Beratung

2.– 3. Mai 2011
from editorial to market

Publishers' Forum



Deutsch English

► Home

- BER UNS
- AGENDA
- ANMELDUNG
- SPONSOREN
- PRESSE
- DEOS
- WAR DAS PUBLISHERS' FORUM 2010

Sonderkonditionen
für Teilnehmer von »Publishing mit XML«
499/699 Euro (statt 599/799 Euro)
Stichwort: markupforum, gültig bis 3.3.2011

VERANSTALTER



IN KOOPERATION MIT



PREMIUM SPONSOREN



CLASSIC SPONSOR



Den Hohlweg hinter sich lassen ... die Landschaft wahrnehmen!



Die Schnelligkeit, mit der Inhalte heute aufbereitet, verbreitet und weiterentwickelt werden, erfordert, Arbeits- und Herstellungsprozesse im Publishing an neue, nicht auf technische Formate bezogene Herangehensweisen und Kundenbedürfnisse anzupassen. ‚Futureproof Business‘ bekommt eine neue Bedeutung – es reicht nicht, heute funktionierende Prozesse zu haben, die in ihren Bereichen auch morgen noch tragen, sondern man muss vor allem Geschäftsmodelle denken, die es heute noch gar nicht gibt.

In Berlin findet im Mai zum 8. Mal das Publishers' Forum statt. Innerhalb weniger Jahre hat sich das Forum zum herausragenden Event in der Verlagsbranche entwickelt und bietet zwei Tage voller Konzepte, Erfahrungen und Hands-on-Workshops mit engagiertem Publikum an einem der schönsten Veranstaltungsorte in Berlin. Die Teilnehmer kommen aus Verlagen, Zeitungen, Bibliotheken, der Film- und Musikindustrie, Internetportalen, aus Wirtschaft, Wissenschaft und Strategieberatung.

Wir freuen uns, dass die Veranstaltung von starken Partnern aus der Verlagsbranche unterstützt wird. In diesem Jahr kooperiert die Frankfurter Buchmesse mit dem Publishers' Forum und bietet selbst eine Veranstaltung zum Thema Geschäftsmodelle und Rechte an.

Standardworkflow-Elemente - Die Berliner Werkstatt Herstellung legt ihre Ergebnisse vor

September 16th, 2010



Nach fünfjähriger Arbeit veröffentlicht die Berliner Werkstatt Herstellung den zweiten Teil ihrer Arbeitsergebnisse: die **Standardworkflow-Elemente** (Umfang über 210 Seiten). Mit ihnen ist es möglich, auf allgemeingültige Weise Publishing-Workflows

für über Print hinausgehende Produktionen erfolgreich zu definieren und zu steuern. **Wenn Sie sich als Frühbucher zum Publishers' Forum 2011 anmelden, können Sie die Standardworkflow-Elemente im Bundle bestellen und erhalten sie dann zum Vorzugspreis.** Für mehr Informationen und Bestellungen rufen Sie bitte Frau Junge unter +30 884 53 105 an oder schreiben Sie an info@klopotek.de.

Posted in [Workflow](#), [Ergebnisse](#), [Allgemein](#) | [No Comments](#) >

Das Programm am 30. Juli 2010

Juli 7th, 2010

10:00

Begrüßung durch **Professor Dr. Alexander W. Roos**
Rektor der Hochschule der Medien

10:05

Begrüßung durch Prof. Hans-Heinrich Ruta
Studiengang MEDIAPUBLISHING

10:10

Einleitung
Der Weg von der Definition von Standardprozessen der Herstellung zur Definition von Workflow-Elementen
Helmut von Berg

- > Klopotek
- > Publishers' Forum
- > Schulen des Deuts
Buchhandels
- > Ursula Welsch

Meta

- > [Anmelden](#)
- > [Valid XHTML](#)
- > [XFN](#)
- > [WordPress](#)

Zur strategischen Rolle von Metadaten für die Zukunft von ePublishing

»Suchen & Finden« ist der zentrale Hebel zukünftigen, erfolgreichen Publizierens

Das Verständnis von Metadaten steht noch immer am Anfang:

Im allgemeinen werden Metadaten in den bibliografischen Daten gedruckter Bücher und bestenfalls der Verschlagwortung des Inhalts gesehen

Beispiel »Herstellung@Springer«

Kapitel Von Word zu XML und HTML

»Bei XML ... handelt es sich um medienneutrale Daten, da diese für verschiedene Outputs verwendet werden können ... Alle Informationen im Text haben eine programm-, system- und layoutunabhängige Form, da es sich um ASCII-Daten mit struktureller und **semantischer Auszeichnung** in Form von Tags handelt. ...«

S. 55, Springer intern, erschienen 2003

Beispiel »E-Business@Print«

Medie Assets

Content	Metadata	Rights of Usage
Text	Format	
Video	Resolution	
Graphic	Search terms	
Audio	Size	
PDF	Free text	
...	...	

S. 13, Anne König, Springer, 2005

Beispiel »Verlagswirtschaft«

»In den Diskussionen um die neuen Chancen im Internet werden häufig die »4C« genannt: Content, Connection, Commerce, Context. Der Schwerpunkt verlegerischer Betätigung wird auch in Zukunft beim Content liegen, **gewisse Funktionsanreicherungen** im Bereich Context und Commerce sind aber möglich.«

S. 264, von Lucius, UTB, erschienen 2005

Beispiel »Verlagswirtschaft«

»Es ist zu hoffen, dass eine digitalen Nutzungsformen zugeneigt kommende Generation **dereinst** ein Angebot vorfinden wird, das qualitativ und an Vielfalt im Wettbewerb dem gleichwertig ist, was in der Gutenbergwelt bis heute vorhanden ist und das zugleich mit den Zusatzfunktionen digitaler Produkte einen Sprung an Effizienz erreicht. **Auf jeden Fall ist der Weg dahin noch lang** – sehr viele Verlage schätzen derzeit ihr Umsatzpotenzial mit Digitalprodukten auch in fünf Jahren auf deutlich unter 10% der Gesamterlöse ein.«

S. 301, von Lucius, UTB, erschienen 2005

Warum bibliographische Daten als Metadaten nicht wirklich tragfähig sind

Metadaten repräsentieren im Zusammenhang mit Print üblicherweise alle Daten, die **nicht** Content sind

Content (in Print) wird aber schon heute durch verschiedenste Formen der Aufbereitung repräsentiert

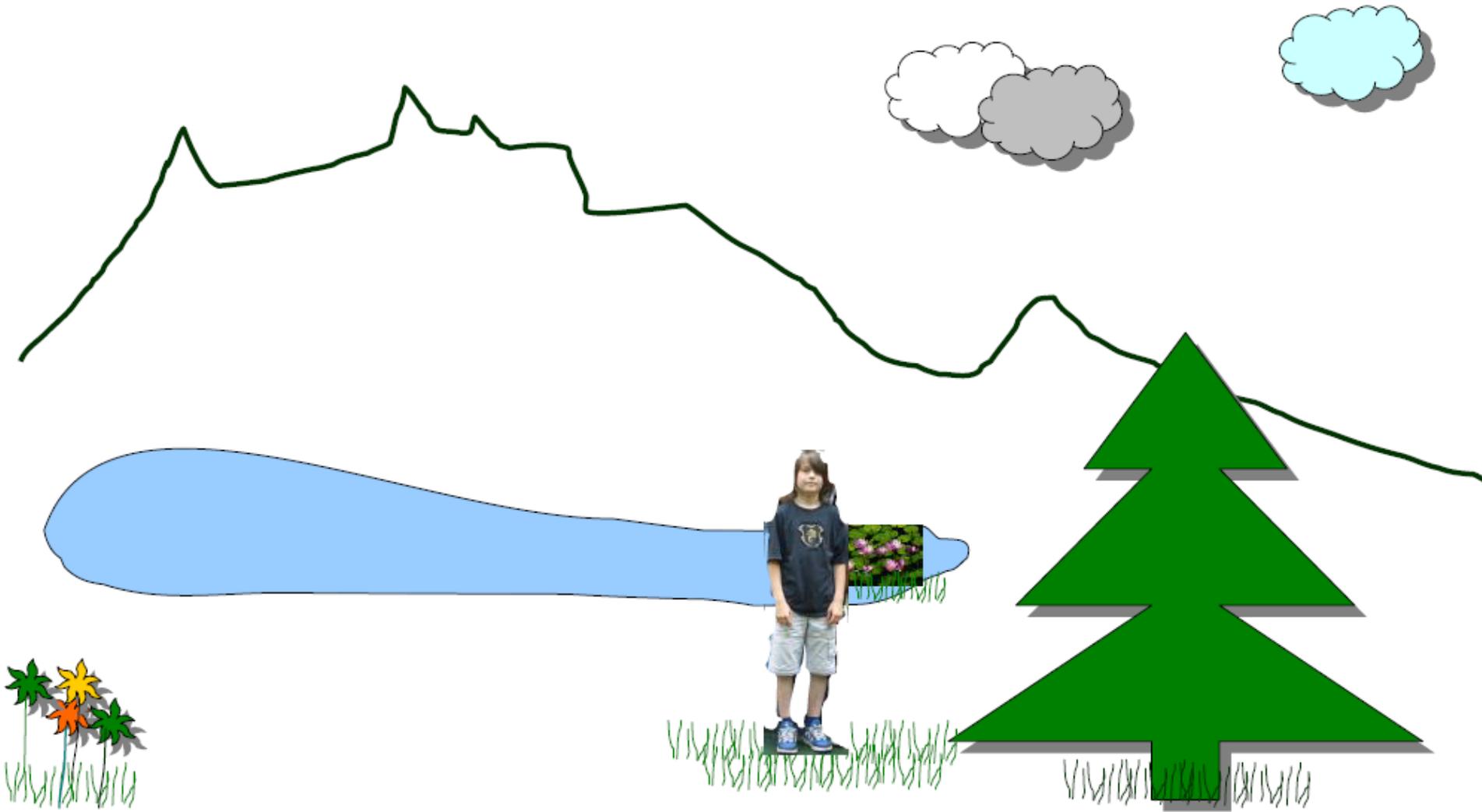
- Inhaltsübersichten
- Verweise
- verschiedene Arten von Registern
- Randziffern, etc.
- Verschlagwortung

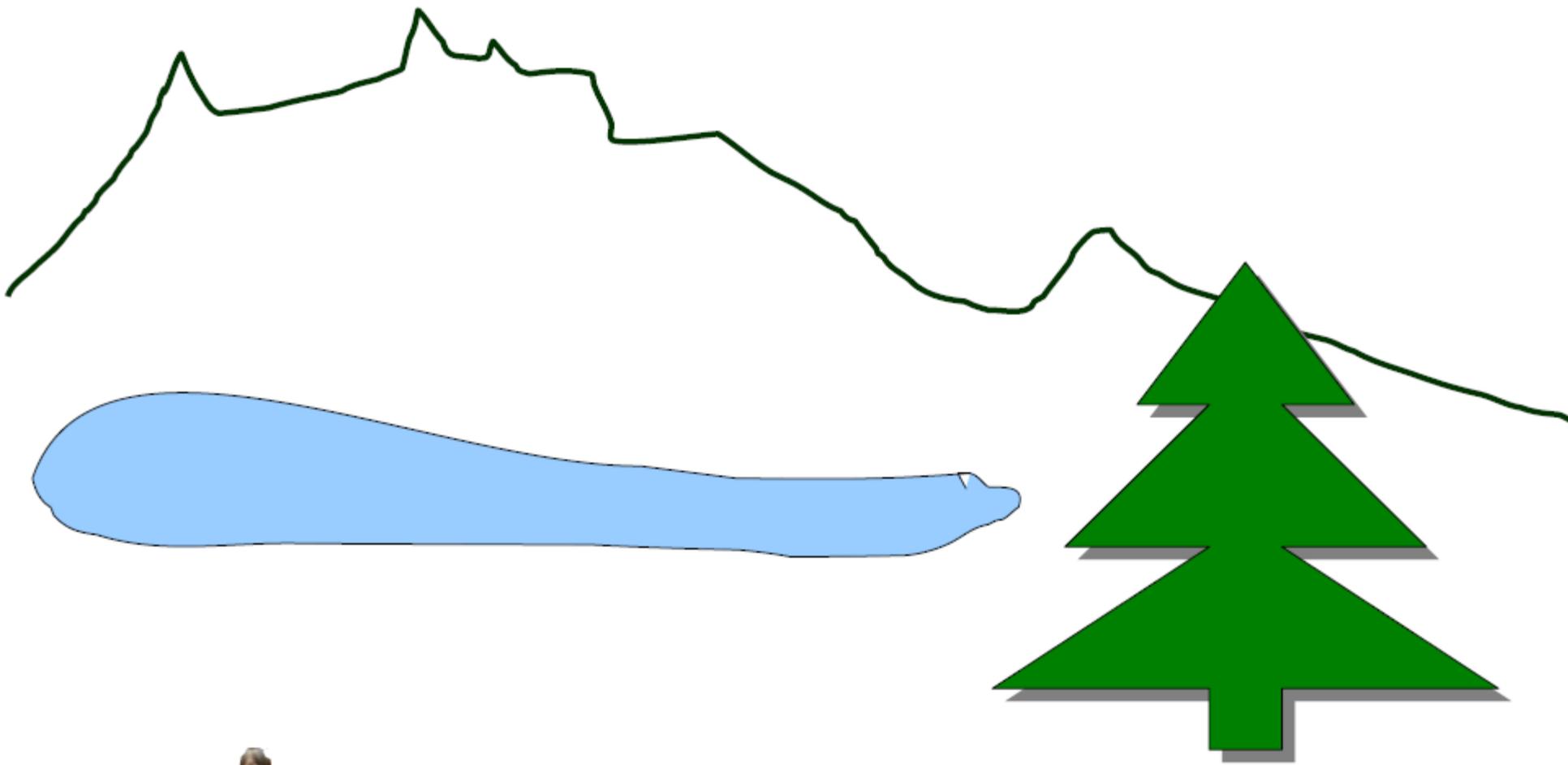
Was den Rahmen dessen, was als **Content** zu gelten hat, bereits – mit der Zeit ganz unter der Hand – deutlich erweitert hat

Warum bibliographische Daten als Metadaten nicht wirklich tragfähig sind

Metadaten müssen auch und letztlich vor allem anderen den **Kontext von Content-Daten** liefern

Metadaten müssen helfen die **semantische Lücke** zu überbrücken





Warum bibliographische Daten als Metadaten nicht wirklich tragfähig sind

Metadaten müssen strukturiert kodierte Daten sein,

die die Charakteristik der Content-Einheiten beschreiben,
die **verständnisrelevante Informationen** transportieren,

um

- **Identifikation**
- **Entdeckung**
- **Auswertung** (Verwertung) und
- **Management**

der beschriebenen Einheiten zu ermöglichen

Mein Stand der Diskussion

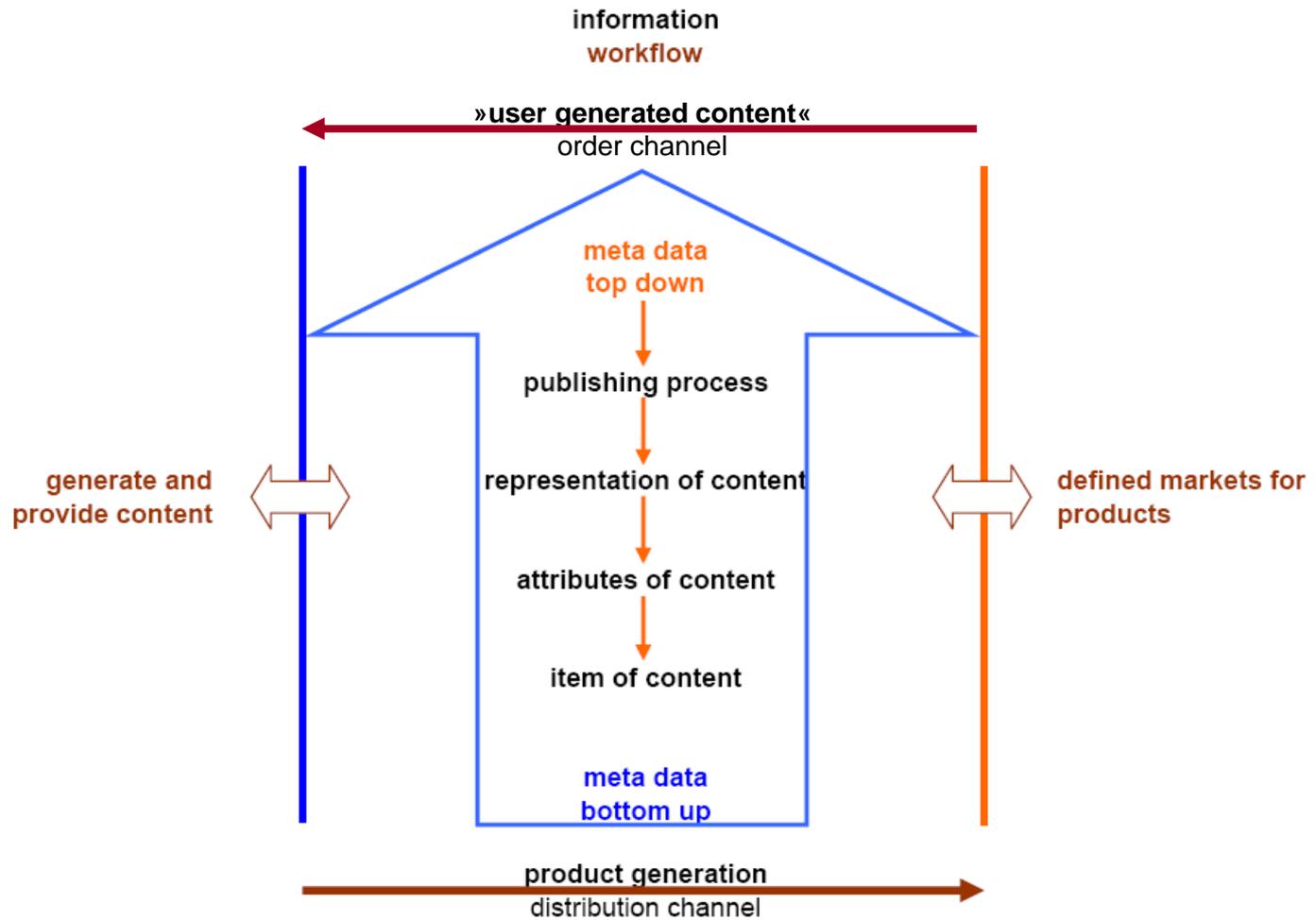
In der Diskussion der **Rolle von Metadaten** im Publishing Prozess

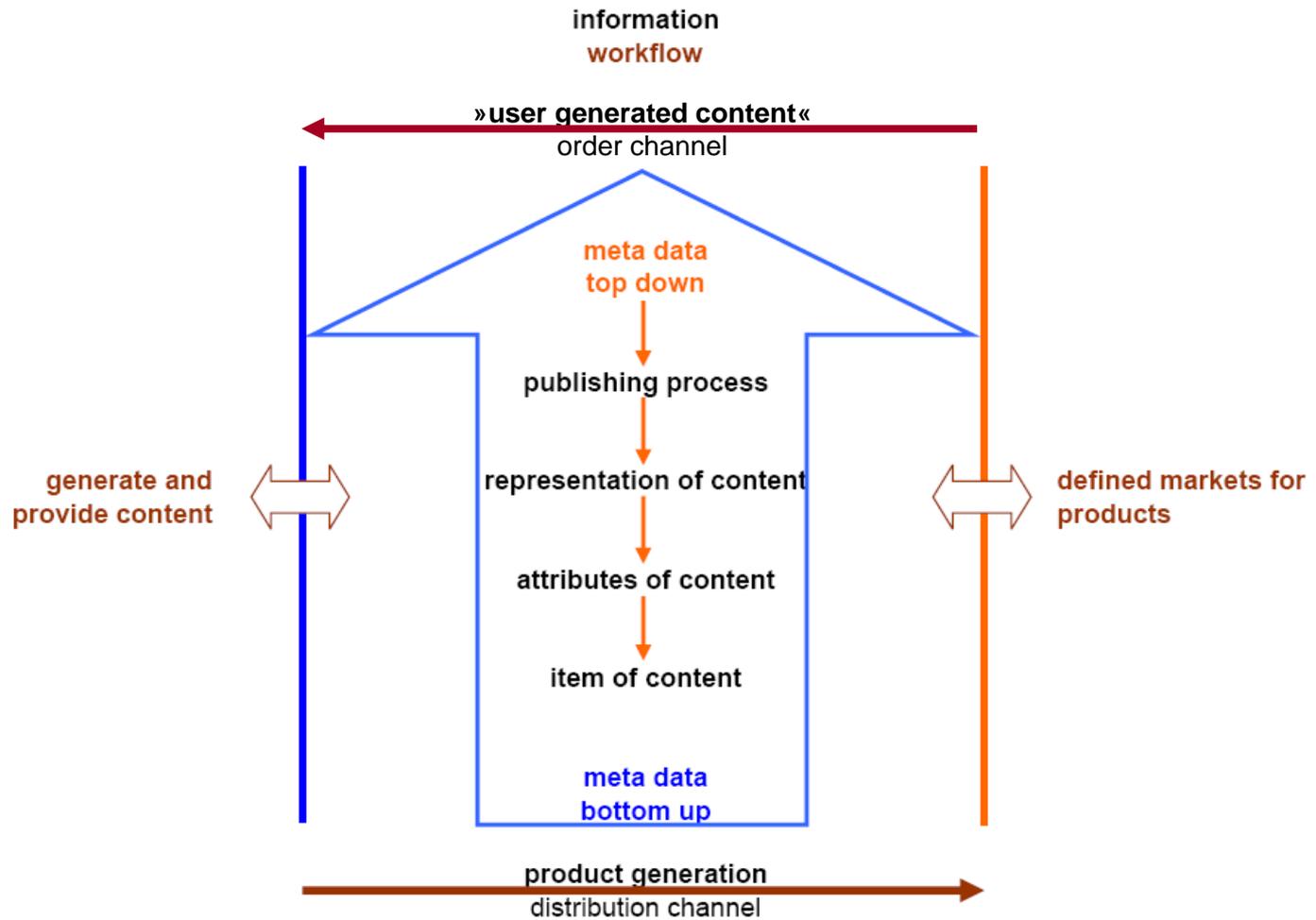
haben wir den Begriff **Information Workflow** als Überschrift gewählt

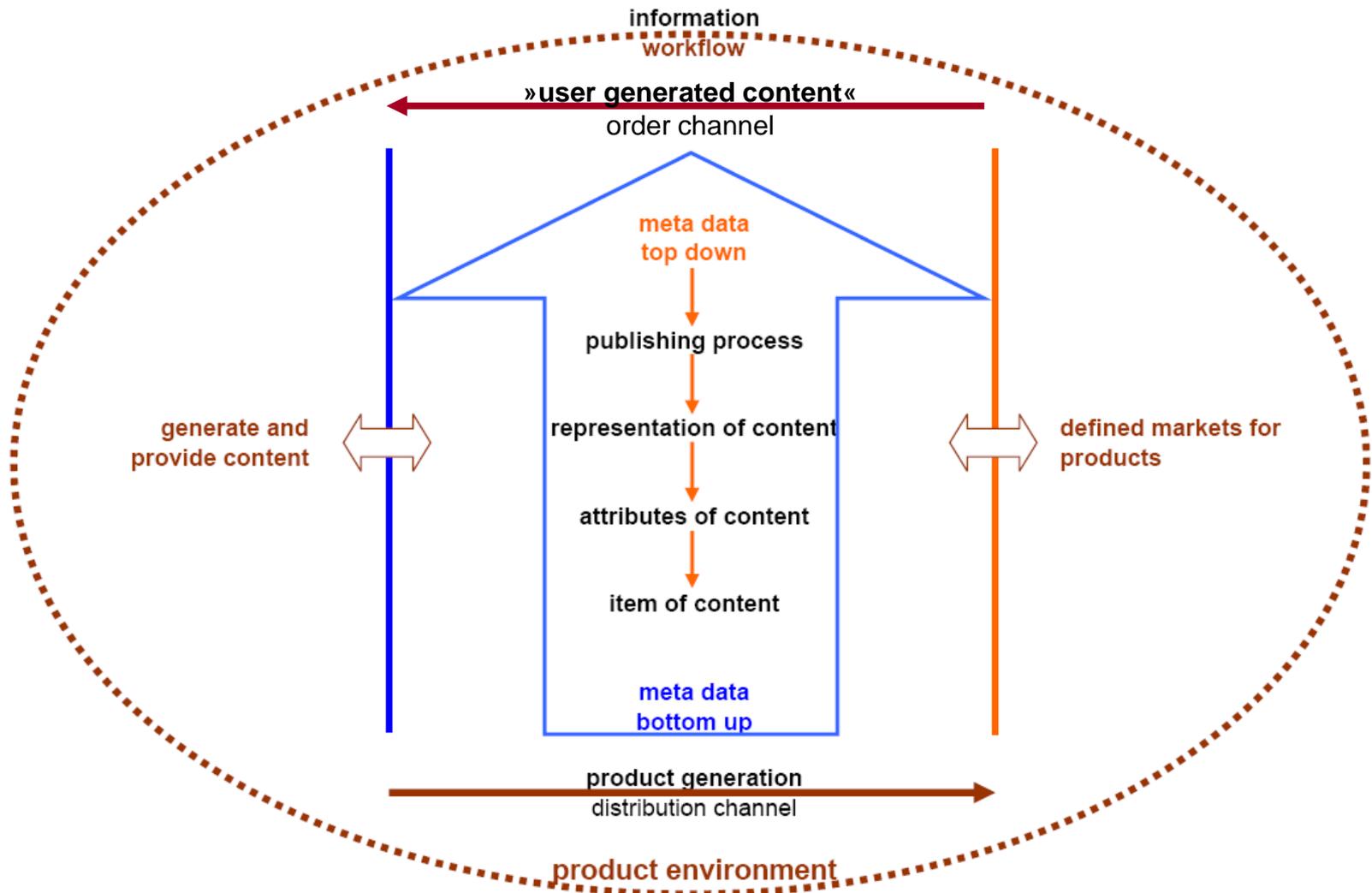
Wir haben dabei

- Repräsentationsformen
- Attribute
- »items of content«

identifiziert bzw. unterschieden

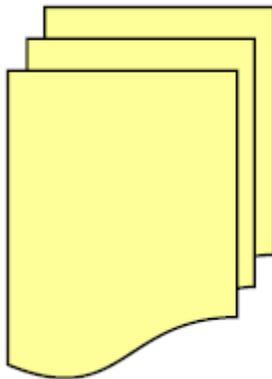






**Content
produktions-
reif**
unstrukturiert
abgeschlossen
bearbeitet

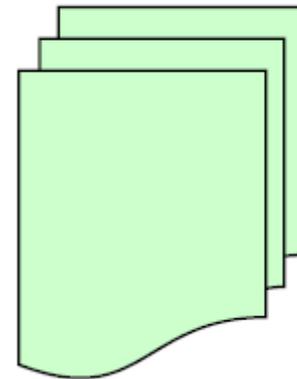
C₀



Produktform 1

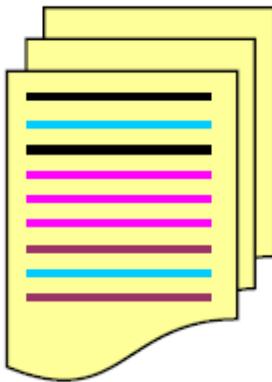
= C₀ plus
Metadaten

P₁



Content
produktions-
reif
granular
strukturiert

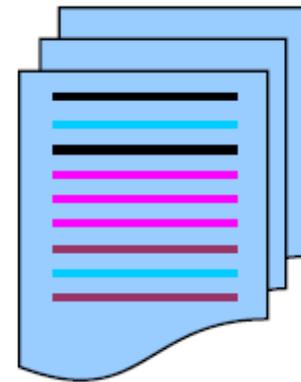
C_{op}

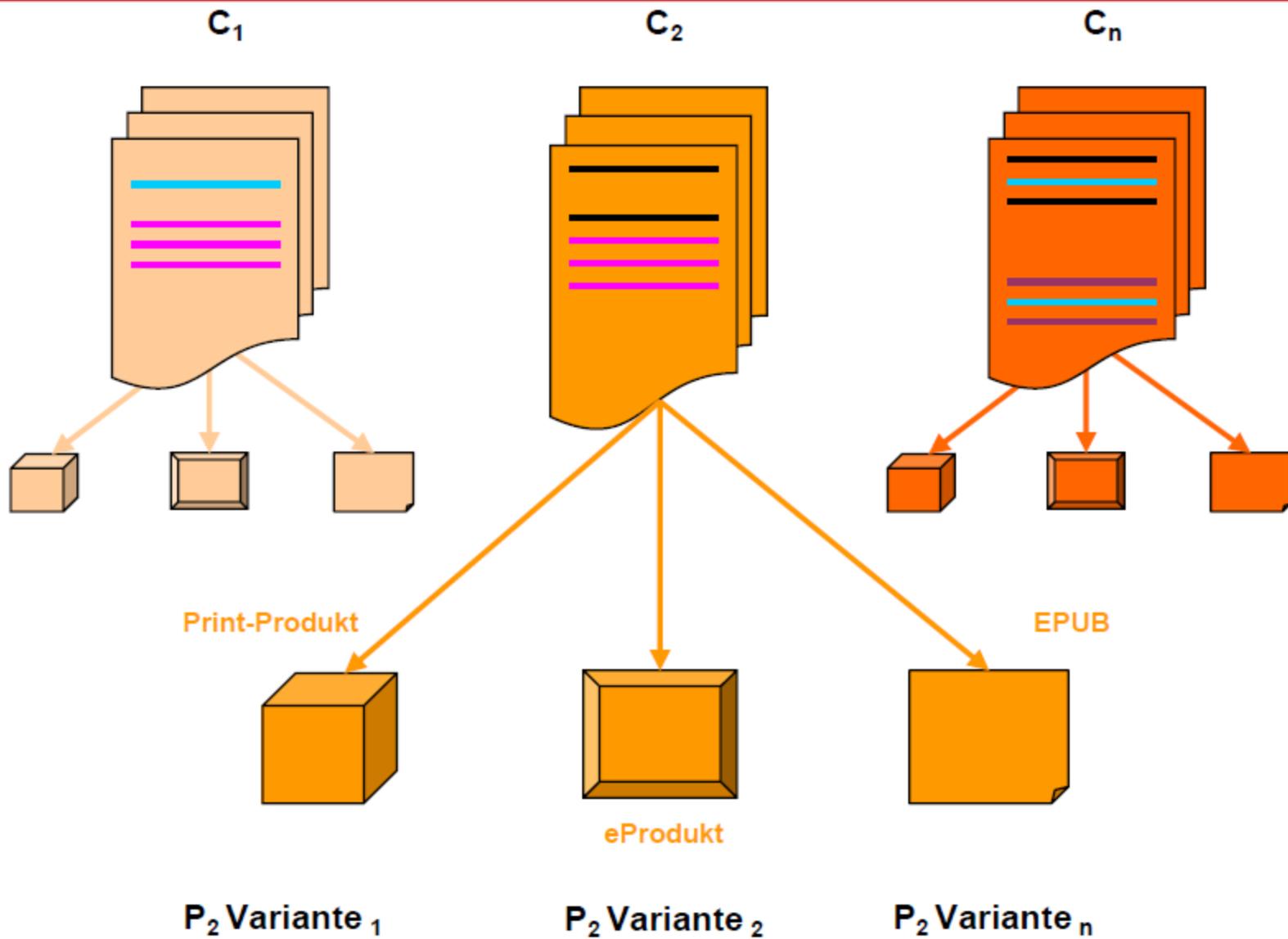


Produktform 2

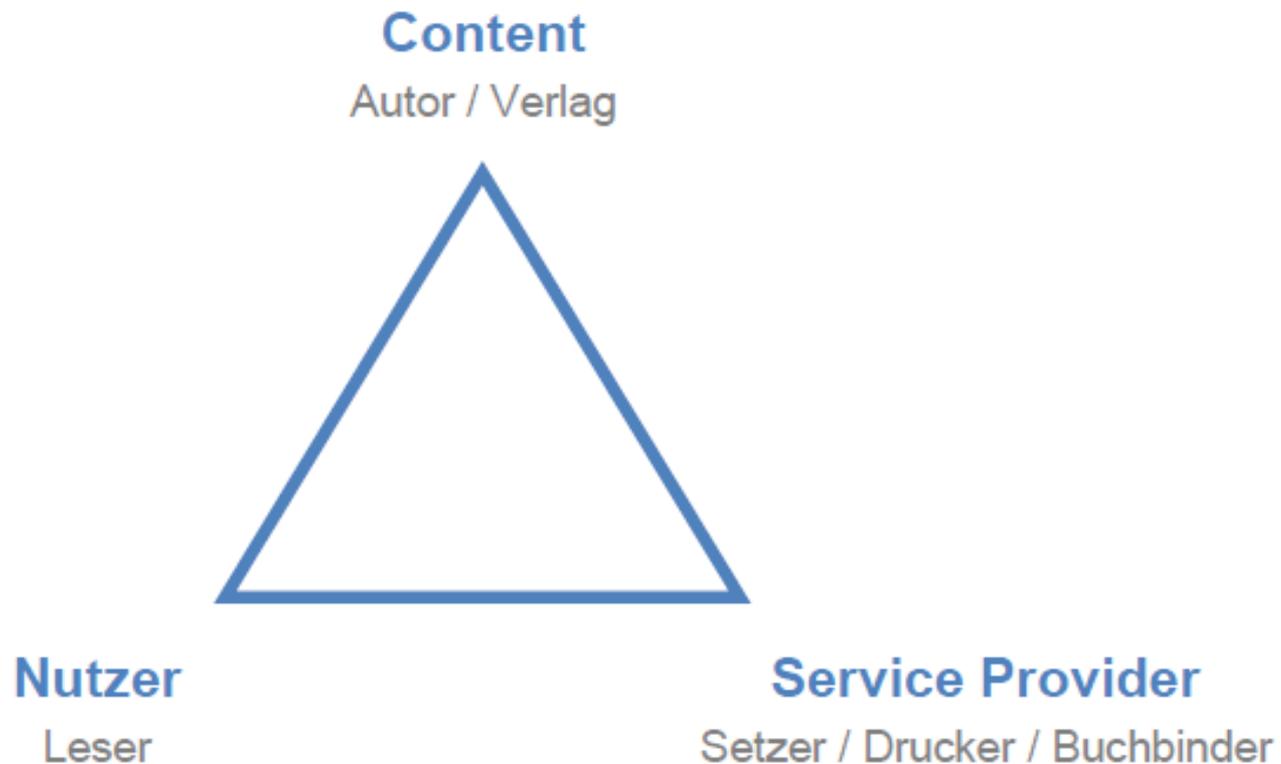
= P_1 plus
strukturierte
Komponenten

P_2





Mein Stand der Diskussion



(Formatierungen: zunehmend obsoletere Begriffe)

These

Mit dem Fortgang der Digitalisierung und einher gehender Marktveränderungen steht die herkömmliche Supply Chain bzw. Wertschöpfungskette zur Disposition

Wann welche Content-Bestandteile in welcher Zusammensetzung zu (neuen) Produktformen werden, ist ein von traditionellen Abläufen immer unabhängigerer Schritt

Ebene 1: Content

Repräsentanten:

Autor(en)

{ Editor(en)
»Hersteller« }

Austauschbare Rollen

...

Aggregatoren

Ebene 2: **Produkte**

Felder:

Print

digital

Rolle

Download (Abo)

Bogen

Lizenz(en) zur Nutzung

PoD

free

New Technology

...

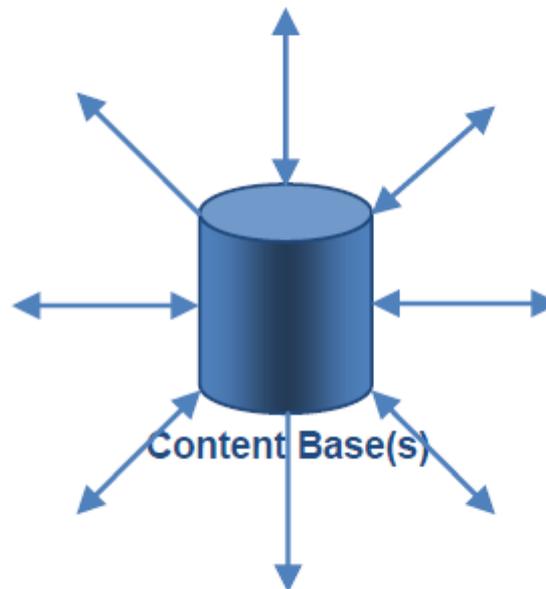
Printed Electronics

Cloud Computing

Ebene 3: **Vertrieb**

Felder:

individuelle Kundenbezüge



Erschließung:

Content Syndication

Bereitstellung der Produktform »am Kunden«

Semantic Web

Die Weiterentwicklung des XML-Ansatzes hin zur semantischen Aufbereitung von Content hat Dr. Sebastian Rudolph beim Publishers' Forum 2010 mit seinem **Vortrag zur Rolle und Bedeutung von RDF** sehr anschaulich gemacht.

mehr: www.publishersforum.de

mehr: Semantic Web, Springer, erschienen 2008

Obwohl das Semantic Web als Schlagwort in der Branche herumgeistert, hat RDF den Sprung von der Forschung in die publizierende Wirklichkeit noch nicht erkennbar geschafft.

Semantic Web

»Tags können also sehr wohl eine Bedeutung für Menschen haben, wenn sie geschickt gewählt sind. Für Maschinen jedoch sind sie nach wie vor bedeutungslos im Sinne von »ohne Semantik«. Die Stärke von XML, nämlich die universelle Art und Weise für den Datenaustausch von Text-Dokumenten, ist auch seine Schwäche. Es fehlt die Möglichkeit, die Bedeutung von Annotationen auf eine Art zu kodieren, die maschinenseitige Verarbeitung ermöglicht, bis hin zur **automatischen Herleitung von nicht explizit gegebenem Wissen.**«

S. 30, Semantic Web, Springer, erschienen 2008

klopotek.

Danke für Ihre Aufmerksamkeit

h.von_berg@klopotek.de

