

In Kooperation mit:

morntag

f:mp.

fachverband
medienproduktion



**Strategie vor Werkzeug:
Content-Publishing
neu gedacht**

WebSeminar für Strategen

STRATEGIE VOR WERKZEUG: CONTENT-PUBLISHING NEU GEDACHT

WebSeminar

EINFÜHRUNG

Das Thema Publishing hat viele Facetten. Die grafische Industrie hat den Ausgangspunkt, das Publishing auf Basis der Ausgabekanäle zu definieren. Ziel ist es dabei, Inhalte möglichst automatisiert in möglichst viele Kanäle zu geben.

In der Kommunikationsindustrie ist der Ansatz etwas anders. Hier spricht man eher von Content-Publishing (oder Corporate-Publishing). Bei diesem Ansatz steht der Content und das Story-Telling im Fokus. Natürlich auch mit dem Ziel, die Informationen und Botschaften möglichst einfach breit zu streuen. Die gewünschte Automatisierung und das damit verbundene strukturierte Publishing ist heute eher eine Seltenheit. Denn fast alle Ansätze gehen davon aus, dass es Layoutprogramme wie InDesign bedarf, die die Aufbereitung des Content (meist manuell) entsprechend aufwändig machen. Um diese eingefahrenen Prozesse aufzubrechen, bedarf es einer neuen Betrachtungsweise was Content ist und wie Content zu strukturieren ist. Auf der Basis ergeben sich vollkommen neue Wege des Publishing. Dann auch nicht ohne Layoutprogramme, aber mit einem deutlich automatisierteren Vorgehen.

FÜR MICH?

Dieses WebSeminar zeigt wie neue Denkweisen im Publishing vollkommen neue Prozesse möglich machen und welche Flexibilität sich daraus ergibt. Vorkenntnisse zum Thema sind nicht gefordert.

WAS SIE BENÖTIGEN

Einen aktuellen PC/Laptop mit WebCam, Headset (oä) und einen Internetzugang mit mind. 7 Mbit. Der Zugang erfolgt mittels Google Meet und erfolgt zum WebSeminar onDemand. Die Einwahldaten bekommen Sie einen Tag zuvor per Mail.

REFERENT



Haeme Ulrich

ist Teil des Familienbetriebs „morntag“. Seine Schwerpunkte sind Organic Economy, digitale Transformation und Multi-Channel-Publishing. In über 14 Ländern hat er in den letzten 20 Jahren Firmen unterstützt. Er bezeichnet sich selber als „Simplifier“ für Publishing, Marketing und Leadership.

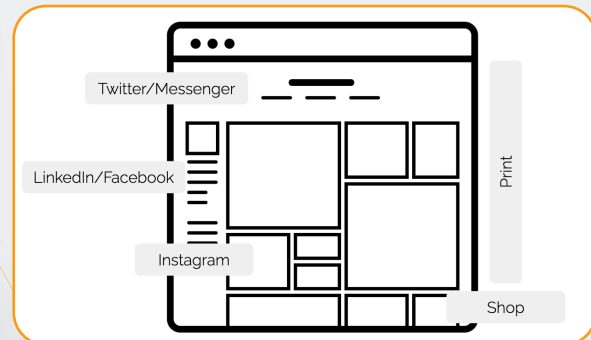
DETAILS IM ÜBERBLICK

WebSeminar

DIE INHALTE

Block 1 «Einführung und Strategie»

- Von „one to many“ zu „many to one“
Publishing hat sich in den letzten 50 Jahren um 180 Grad gedreht. Während früher wenige für viele publiziert haben, ist heute das Publizieren Allgemeingut geworden. Alle erstellen Inhalt. Gefragt ist Relevanz: Den richtigen Inhalt der richtigen Person zur richtigen Zeit im richtigen Kanal bereitzustellen.
- Content First im Vergleich zu Multichannel
Bei Multichannel wird der für einen bestimmten Kanal aufbereitete Inhalt auch in andere Kanäle ausgespielt. Beispielsweise wird Inhalt aus dem Print-Layout-Dokument auch im Web verwendet. Content First ist da konsequenter. Bei Content First geht es um die optimale Struktur von Inhalt. So, dass damit sämtliche gewünschten Kanäle gleichberechtigt bespielt werden können. Sogar solche, die heute noch niemand kennt.
- MIU (Minimal Information Unit)
MIU ist Inhalts-Atomisierung. Man definiert, wie Inhalt strukturiert und verwaltet werden muss, um heutigen und künftigen Business-Modellen gerecht zu werden. Eine spannende Herausforderung aus strategischer und technischer Sicht.
- Trennung von Inhalt und Aussehen
Bei Content First ist wichtig, dass Inhalt und Aussehen strikt getrennt werden. In Kanal „A“ sieht Inhalt komplett anders aus als in Kanal „B“. Dieser Herausforderung widmen sich vor allem die Datenformate XML, JSON und zum Teil auch HTML. Hier vergleichen wir diese drei wichtigen Formate aus Sicht des Publishings.



Block 2 «Praxis im Publishing»

Der Richtige Einsatz der verfügbaren Werkzeuge

- **Content First am Beispiel eines Enterprise CMS**
Kein Redakteur schreibt direkt XML. Und kein Layouter gestaltet direkt XML. Oder doch? Einfach, ohne es zu merken und trotzdem davon zu profitieren.
- **Content First am Beispiel von WordPress**
Auch mit dem bekanntesten OpenSource Web CMS ist Content-First-Publishing möglich. Im Gegensatz zu den Enterprise-Systemen “nur” auf Basis von HTML, dafür für die kleinen Budgets.
- **InDesign als strategischer Zwischenschritt**
Vom Katalog übers Magazin bis zur Zeitung, überall wird heute InDesign zum Verwalten von Inhalt verwendet. Für Content First eine ungünstige Basis, doch nicht von

heute auf morgen zu ändern. Ein sinnvoller Zwischenschritt zu Content First kann das Multichannel-Publishing mit Adobe InDesign sein, bevor InDesign später im Content-First-Prozess neutrale Daten nur noch für den Druck aufbereitet.

- **Ein Content First Projekt managen**
Content-First-Projekte sind IT-Projekte. IT-Projekte sind nie linear, sie sind immer agil. “Story Map” und “Knaben” sind zwei effektive und einfache Werkzeuge, agile Projekte zu managen, ohne gleich den ganzen Laden auf den Kopf zu stellen.
- **Nächste Schritte**
Eine mögliche Roadmap, die eigene Publishing-Rakete zu zünden!



WebSeminardaten

Termine

Tag 1: 10.05.2021

Tag 2: 11.05.2021

Teilnahmebedingungen

Für f:mp.-Mitglieder:

Tag 1 und Tag 2

75,00 €

Für alle anderen:

Tag 1 und Tag 2

135,00 €

Bei mehr als einer Anmeldung pro Unternehmen erhalten der 2. und folgende Teilnehmer 10 % Rabatt.

Alle Preise gelten zzgl. MwSt.

Von der Anmeldung kann bis vier Wochen vor Beginn des Webseminars kostenfrei zurückgetreten werden. Bei späterem Rücktritt werden 50% in Rechnung gestellt.

Der Ablauf (jeweils)

Beginn 14:00 Uhr

Ende 16:00 Uhr

Für das WebSeminar sind maximal
25 Personen zugelassen.

Online-Anmeldung

www.f-mp.de/seminare





Für Rückfragen und weitere Informationen stehen Ihnen die Mitarbeiter der Geschäftsstelle des f:mp. gerne zur Verfügung.

Fachverband Medienproduktion e. V.
Waldbornstraße 50
56856 Zell/Mosel
Telefon: +49 6542 5452
E-Mail: info@f-mp.de
Internet: www.f-mp.de

 www.f-mp.de/facebook

