



Badische Neueste Nachrichten (BNN) erweitern Auftragspaket um die Redaktions-Management-Lösung alfa MediaSuite

Ergänzend zu der bereits im Dezember letzten Jahres erfolgten Entscheidung für das Anzeigen-Management-System alfa AdSuite hat die BNN die Beauftragung nun um das Redaktions-Management-System alfa MediaSuite erweitert.

für abgestimmte Prozesse und zuverlässige Abwicklung des Tagesgeschäftes. Die alfa OpenMedia-Lösungen sind in vielen Bereichen bereits heute browserbasiert und tragen dazu bei, die Betriebskosten zu senken. Eine moderne Software-Architektur, die auf neue Anforderungen bzw. Plattformen des Marktes mit entsprechenden Lösungen und Produkten schnell reagieren kann.

Ein wichtiger Bestandteil in diesem Gesamtkonzept spielt alfa Agenda – das transparente Organisations-talent in der Redaktion: Da heutige Redaktionen für mehrere Ausgabekanäle journalistisch tätig sein müssen und jeder Kanal spezifisch aufbereitet wird und dadurch seine Besonderheiten aufweist, werden eine effiziente Planung und die richtige Verwendung von Ressourcen immer wichtiger.

Wenn immer mehr Kommunikationskanäle immer schneller Informationen bereitstellen müssen, wird auch der Zeitdruck in den Medienhäusern immer größer. Dabei geht es längst nicht mehr nur um Texte oder Bilder, sondern auch um Videos und Audio-Material. Unzählige Medienobjekte müssen für die

crossmediale Berichterstattung unterstützt werden, damit Ihre Leser als erste über die wichtigsten Neuigkeiten informiert sind. Mit alfa MediaSuite stellt alfamedia ein Multikanal-Redaktionssystem zur Verfügung. Als Universaltalet für crossmediales Arbeiten werden in diesem Autorentsystem Inhalte nur einmal erfasst und können dann für alle aktuellen Medien und Kanäle verwendet werden. Dabei sind die Redakteure aufgrund der Browseranwendung weder orts- noch zeitgebunden. Die intuitive und einfache Bedienung der Anwendung ist von essentieller Bedeutung für effiziente Arbeitsabläufe. Unterstützt wird dies durch die integrierte Rechtschreibprüfung und die automatische semantische Auszeichnung, die sich darüber hinaus manuell durch den Redakteur qualifizieren lässt. Bei der Volltext-Recherche oder der Suche nach Verwaltungsdaten werden alle relevanten Treffer, wie Agenturmeldungen, Fotos, Video- und Audio-Files, Themen und Dossiers gefunden.

Formulare eintragen und Bilder ein-senden. Dies auch im Offline-Modus, wenn die Onlineverbindung einmal unterbrochen sein sollte. Die Lösung läuft gleichermaßen auf Tablets und Smartphones.

Auch die Funktionen zur Erweiterung des alfa e-edition werden zum Einsatz kommen. Bereits während der Zeitungsproduktion erfolgt eine Qualitätssicherung der alfa e-edition Ausgaben. Alle Inhalte werden im alfa eCMS (Content-Management-System) bereitgestellt.

Bitte lesen Sie weiter auf www.alfamedia.com



Die Badischen Neuesten Nachrichten sind mit einer verkauften Auflage von zirka 150.000 Exemplaren und über 400.000 Lesern täglich eine der großen Tageszeitungen im Bundesland Baden-Württemberg. Die Zeitung ist damit eine bedeutende Stimme Badens und der Region zwischen Kurpfalz und Ortenau, zwischen Schwarzwald und Rheinebene. Neun Lokalausgaben im Verbreitungsgebiet im Raum Karlsruhe, Bruchsal und Pforzheim sowie in Mittelbaden unterstreichen den Charakter dieser Zeitung als badische Regionalzeitung. Der Großteil der redaktionellen Belegschaft versorgt in den Lokalredaktionen an zehn Standorten im Verbreitungsgebiet die Leserinnen und Leser mit lokalen Neuigkeiten.

Neben den BNN-Ausgaben Karlsruhe, Rastatt, Baden-Baden und Ettlingen entstehen so der Pforzheimer Kurier, die Bruchsaler Rundschau, die Bretener Nachrichten und nicht zuletzt der Acher- und Bühler Bote. Damit geht der Verlag den konsequenten Weg der Cross-Channel-Bearbeitung in der Informationsverarbeitung und vereinheitlicht weiter die Systemplattformen im gesamten Verlag. Das neue Konzept ergänzt in idealer Weise das bestehende alfa NewsSuite, sowie die Produktions- und Planungskomponenten alfa ProductPlanner. Dabei berücksichtigt alfamedia in seinen Konzepten alle Publikationskanäle und Plattformen wie Print, Online und Mobile. alfa OpenMedia als integrierte Lösung für alle Bereiche des Medienhauses stehen

Dienstpläne in alfa Agenda

Redaktionen sind heute zunehmend für mehrere Ausgabeplattformen (Multi-Channel) zuständig. Dabei hat jedes Medium seine Besonderheiten. Eine effektive Planung von Inhalten erfordert auch die Planung von Ressourcen. alfa Agenda unterstützt die Redaktion mit effizienter Organisation.

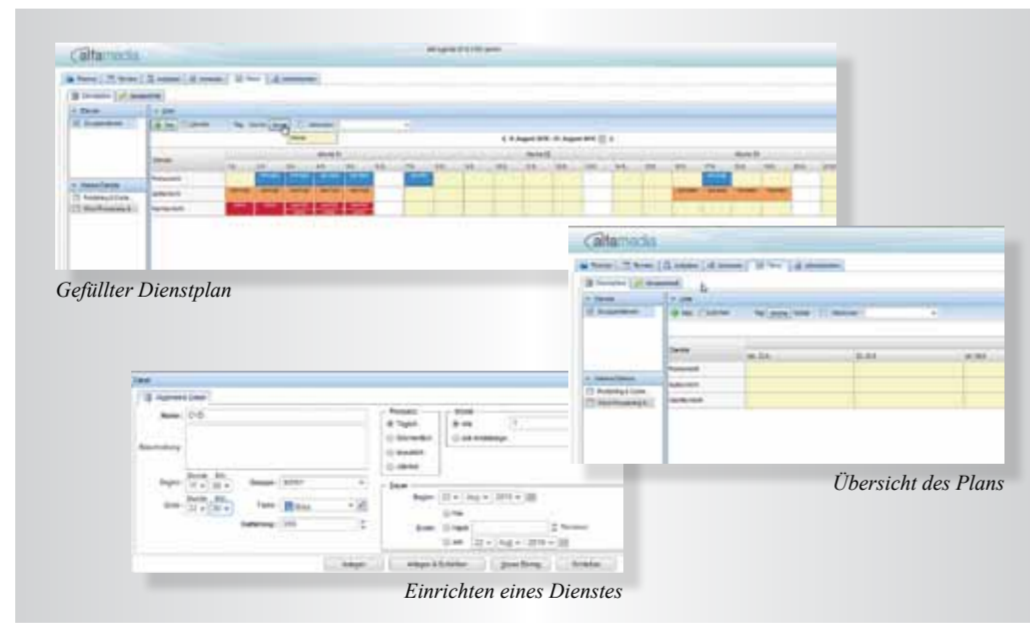
tion in alfa Agenda vereinen. Redakteure und An-wender, die im Dienstplan eine Rolle übernehmen, können in den vorhandenen Gruppen abgebildet werden. Für breite Unternehmensstrukturen bietet alfa Agenda auch die Möglichkeit, separate Organisationsrollen und -gruppen anzulegen.

Komfortable Funktionen zum intuitiven Planen von Diensten stehen zur Verfügung, um mit wenigen Handgriffen umfassende Pläne zu erstellen. Unterschiedliche Ansichten, wahlweise mit der Priorität auf einem Dienst oder auf den Mitarbeitern, bieten sichere und schnelle Übersicht. Den Rahmen bilden die einmal festgelegten Bedingungen für einen Dienst, die natürlich im Bedarfsfall auch manuell übersteuert werden können. Basierend auf Logik-regeln, hilft das System, Fehler zu vermeiden und die Planung transparent zu gestalten.

Das Organisationstalent alfa Agenda hat Zuwachs bekommen: Dienstpläne

Der neue Funktionskreis wird Ende 2016 im Release V2016.3 verfügbar sein und zur Auslieferung kommen.

Dienstpläne finden sich in jeder Redaktion und sind ein gutes Mittel, Aufgaben in Rollen und Gruppen aufzuteilen, um effektiv zusammenzuarbeiten. Über die heute verfügbaren Abwesenheitspläne hinaus können Dienstpläne ein weiteres Stück Organisa-



Impressum

Herausgeber:
alfa Media Partner GmbH
Carl-Zeiss-Str. 27
63322 Rödermark
Deutschland
Tel: +49 (0) 6074 - 3104-0
Fax: +49 (0) 6074 - 3104-112
E-Mail: info@alfamedia.com

Verantwortlich für den Inhalt:
alfa Media Partner GmbH
Redaktion:
Rainer Lang
www.alfamedia.com

Zahl des Tages:

4 2 6 2

Zurzeit werden täglich weltweit von 4262 Anwendern Anzeigen mit alfa AdSuite produziert. Vornehmlich kommt alfa PageOne XT zum Einsatz und immer mehr Medienunternehmen entscheiden sich für alfa Stylo, das HTML5 Layoutwerkzeug von alfamedia.



Kunden
Partner
Produkte
News
Termine



Kundentag 2016

alfamedia
the world of content

Mit starken Impulsen für Verlagskunden und Branchenkenner

Der alfamedia Kundentag fand dieses Jahr erneut in der internationalen Metropole Frankfurt/Main statt. „Der Hotspot am Main ist für uns der ideale Standort, um gemeinsam mit unseren Gästen Moderne, Zukunft und High Tech mit alfa eigenen Themen zu verbinden“, so Rainer Lang von alfamedia. In diesem Jahr stand die Veranstaltung unter dem Motto: „The World of Content“. Das Motto, welches die Veranstaltungen von alfamedia beständig begleitet, drückt nach wie vor deren Vision am besten aus. Als Veranstaltungsort diente die Eventlocation Lindner Hotel & Sports Academy im Frankfurter Stadtwald, direkt beim deutschen Turner-Bund und in unmittelbarer Nähe der Commerzbank-Arena.



Traditionell traf man sich bereits am Vorabend, um sich gemeinsam mit den Gästen auf die anstehende Veranstaltung einzustimmen. Dieses Jahr wurde dafür das Deutsche Filmmuseum am Schaumainkai besucht. Neben zahlreichen Informationen über die historische Entwicklung der Filmgeschichte, sowie den ausgestellten „Exponaten“ war die Transformation vom analogen Film zur Digitalisierung unverkennbar. Im Anschluss an die Führung bestand die Möglichkeit, sich im Fotostudio des Museums, integriert als Teil einer berühmten Filmszene, fotografieren zu lassen (Superman, E.T., Star Wars, Harry Potter, Spiderman, Men in Black ...). Begrüßt und eröffnet wurde die Veranstaltung am nächsten Morgen durch Jens Emmerich, dem Geschäftsführer von alfamedia. Er berichtete in einleitenden Worten von aktuell laufenden Projekten und spürbaren Markttrends. Herr Emmerich gab einen Einblick über die positive Entwicklung der

alfa Konzepte, die auch im Ausland sehr erfolgreich sind. Rückblickend wurde auch auf das kontrovers diskutierte Thema Roboterjournalismus, Native Advertising und WhatsApp aus dem Vorjahr eingegangen. Rainer Lang, Vertriebsleiter von alfamedia, stellte danach das Tagesprogramm sowie die Referenten an diesem Tag vor.

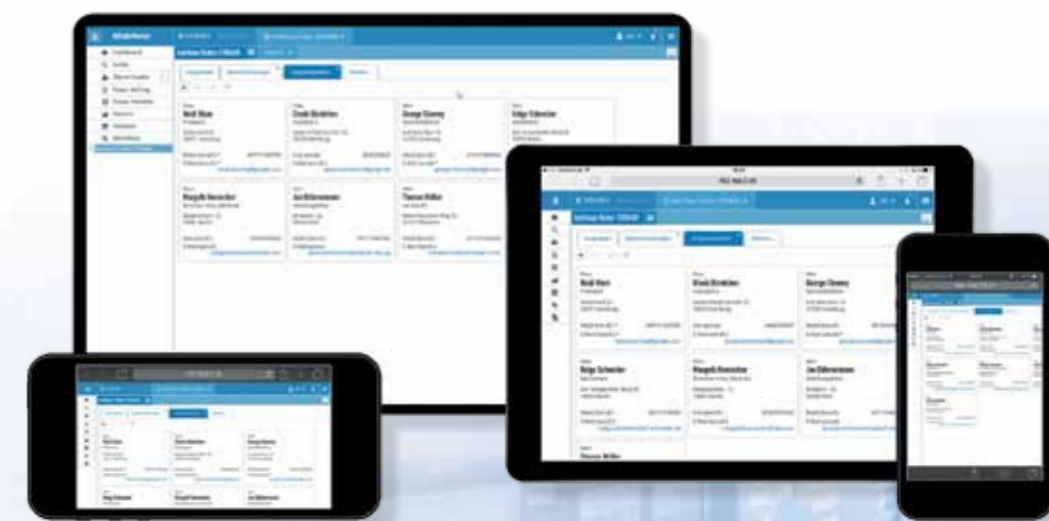
alfa AdSuite Touch

Eröffnet wurde die Reihe an Produktvorstellungen durch Stephan Volkens, Systemverantwortlicher bei Boyens Medienholding aus Heide. Das Medienunternehmen bietet neben Tageszeitungen, Anzeigenblättern und weiteren zeitungähnlichen Produkten auch Online-Angebote an. Das Vertriebsgebiet ist die Region im Kreis Dithmarschen. Nach der Gründung einer zentralen Vermarktungs-Abteilung mit 22 Mitarbeitern, davon 10 Außendienstmitarbeitern, wurde alfa AdSuite Touch 2014 eingeführt. In seinem „Best Practice-Vortrag“ stellte Herr Volkens die Einsatzmöglichkeiten der App zur Unterstützung des Verkaufs in einer Livedemo vor. Mit der Einführung wurden Möglichkeiten geschaffen die wichtigsten Kundendaten jederzeit mobil verfügbar und immer dabei zu haben. Dadurch wird die bestmögliche Beratung des Kunden sofort und unkompliziert sichergestellt. Rücksprachen über freie Buchungsflächen sind nicht mehr notwendig, da die App einen Blick auf alle freien Buchungsgräu-

me zulässt. Dank der leichten Bedienbarkeit können damit Reservierungen kinderleicht vorgenommen werden. Die Einführung des Produktes kann ohne große Schulungsmaßnahmen umgesetzt werden, da die Bedienung weitestgehend selbsterklärend ist.

alfa AdSuite Market: Bestes Anzeigensystem mit der höchsten Flexibilität

Wegen der zunehmenden Vielfalt unterschiedlicher Werbeformen und Kommunikationskanälen bei Print- und Online-Publikationen sind vereinfachte digitale Workflows notwendig. Gleichzeitig müssen auch die Kunden über einfache browserbasierte Abläufe in den Entwicklungsprozess eingebunden werden. Dieser Ansatz macht eine übergreifende Arbeitsweise nötig und setzt die Integration der kaufmännischen und technischen Prozesse beim Anzeigen-Management voraus. Aufgrund dieser Überlegungen hat alfamedia alfa AdSuite Market als umfassende und übergreifende Softwarelösung konzipiert, die eine souveräne sowie kundennahe Bearbeitung und Verwaltung sämtlicher Auftrags-typen ermöglicht. Mit alfa AdSuite Market lassen sich die unterschiedlichsten Werbeformen für alle aktuellen Kommunikationskanäle produktiv, flexibel und einfach realisieren. alfa AdSuite Market unterstützt dabei die aktuellen Marktbedürfnisse, bindet Kunden in die Produktions- und Bestellprozesse ein



und integriert die administrative sowie technische Abwicklung. Dabei orientiert sich alfa AdSuite Market an den wesentlichen Forderungen der Medienhäuser. Das responsive Design ermöglicht, die Anwendung auf allen gängigen Gerätetypen wie Rechner, Tablets und Smartphones optimal darzustellen. Die Flexibilität im Aufbau der Masken lässt es zu, immer nur die wichtigsten Informationen an der richtigen Stelle angeboten zu bekommen.

CRM-Merkmale sind dabei ein wichtiger Informationsbestandteil, denn nur wer seine Kunden, deren Bedürfnisse und Vorlieben kennt, wird bei der Anzeigenakquise und Kundenbetreuung wirklich erfolgreich sein. Neben den üblichen Werkzeugen



der Auftragsabwicklung ist deshalb ein funktionierendes Customer Relationship Management (CRM) gleichzeitig Basis- und Analyse-Tool bei der Kundenpflege. Die Navigation durch die Kundendaten ist einfach bedienbar, und dabei können Angaben direkt in das vorgeschlagene Fenster eingegeben werden. Ein aufwändiges Suchen nach der richtigen Stelle ist nicht mehr notwendig. Die Informationen, zum Beispiel nach Auftraggeber, Position oder Motiv, lassen sich in einem modernen „Kachedesign“ individuell zusammenstellen. Der Korrekturworkflow, sowie die Zusammenarbeit mit externen Partnern, gestaltet sich einfach und mit größtmöglichem Komfort. Ein fehlerbehaftetes Hin-und-her-Schicken von Dateien ist nicht mehr notwendig, da die Korrekturwünsche in Notizform angegeben werden können. Umfangreiche Kalenderfunktionen ermöglichen ebenfalls eine elegante Disposition der Beilagen.

Bitte lesen Sie den ganzen Artikel auf www.alfamedia.com



alfa MediaSuite Touch – das mobile alfa Reporterwerkzeug



um jedes technische Detail kümmern, sondern können gleich loslegen. Redakteure eines Medienunternehmens können mit ihren Zugriffsrechten Artikel sofort vom Ort des Geschehens publizieren – in jeden Kanal! Fotos und Videos können mit geeigneten Metadaten versehen werden und direkt in die Redaktion geladen werden, so landen die Daten an der richtigen Stelle. Und mit den im Browser üblichen Möglichkeiten können sogar ein Funkloch ausgetrickst werden! Optional kann alfa MediaSuite Touch in das Redaktions-Management-Werkzeug alfa Agenda integriert werden, um die mobilen Mitarbeiter über neue Aufgaben zu beauftragen und zu benachrichtigen. Hierbei steht alfa Agenda als Produktionsverfolgungs-Werkzeug zur Verfügung und erlaubt die optimale Steuerung von Aufgaben und Inhalten. Die Redaktion kontrolliert damit den Nachrichtenfluss auf allen Publikationskanälen. Ein alfa Redaktionssystem deckt somit vollständig den Workflow für freie Mitarbeiter ab. Sei es, um Themen planen zu können und daraus entstehende Aufgaben zu delegieren oder Inhalt umgehend in die Produktion einzubinden. Natürlich ist alfa MediaSuite Touch als Web-Applikation auf jeder Plattform einsetzbar: PCs, Laptops und mobile Endgeräte, wie Smartphones und Tablets. Dabei können die Komfortfunktionen dieser Geräte genutzt werden, wie Diktierfunktion und Fotoapparat bzw. Kamera.

Redaktionen müssen möglichst schnell über die neuesten Ereignisse informiert sein. Reporter sind daher sowohl für die regionale, nationale als auch internationale Berichterstattung unverzichtbar. Deren Nachrichten müssen schnellstmöglich zur Verfügung stehen und verarbeitet werden: die Aufgabe von alfa MediaSuite Touch. Jederzeit und überall mit alfa MediaSuite Touch arbeiten zu können ist für mobile Redakteure und Reporter ein wesentlicher Teil ihrer Aufgabe. Nur so lassen sich Nachrichten effektiv und zeitnah erarbeiten und den Lesern zur Verfügung stellen. In der aktuellen Version des Reportertools von alfa können Profile von Anwendern hinterlegt werden, die es erlauben, Grundeinstellungen zur Verfügung zu stellen. Reporter müssen sich also nicht



Liste der Aufgaben in Touch



Metadaten zu Medienobjekten

Neue Mitarbeiter

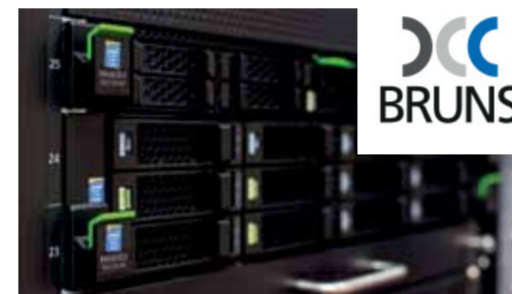


Seit 1. September 2016
Alis Simpson
Marketing

Alis Simpson ist Ihre Ansprechpartnerin in allen Marketing-Belangen: Kommunikation, Termine und Events. Sie erreichen Sie telefonisch unter +49-6074-3104-123 oder per E-Mail alis.simpson@alfamedia.com

Success-Story Bruns

alfamedia hat bei der J.C.C. Bruns Unternehmensgruppe in Minden eine neue zentrale IT-Infrastruktur installiert. Das komplett hochverfügbare System besteht aus vier VMware ESXi 6.0 Servern und einem 2-Knoten Oracle-Datenbankcluster.



Als zentraler Storage kommen DX100S3 Storage-Systeme von Fujitsu mit transparenter Failover-Cluster-Funktionalität zum Einsatz. Das System ist auf zwei verschiedene Gebäude verteilt und sichert so den Betrieb auch im Fall eines größeren Gebäudeschadens ab. Auf dem System werden neben den alfa Applikationen auch alle anderen zentralen Anwendungen der J.C.C. Bruns Gruppe betrieben. Die IT-Abteilung bei J.C.C. Bruns ist begeistert von der Performance, der Funktionalität und der problemlosen Einführung des Systems.



Diese alfamedia-Anzeige wurde aus dem alfa Font „TodaySans“ gesetzt

Ippen Digital begrüßt die Mediengruppe Dr. Haas im Kundenkreis

Mit Mannheim24 und Heidelberg24 hat die Mediengruppe Dr. Haas zwei neue regionale Nachrichtenportale ins Leben gerufen. In nur knapp vier Monaten wurden die beiden Portale von Ippen Digital zusammen mit der zur Mediengruppe Dr. Haas gehörenden Werbeagentur xmedias umgesetzt und konnten so planmäßig am 7. Juli 2014 den Betrieb aufnehmen. „Ich war schon an der Erstellung von sehr vielen Internetseiten beteiligt, aber noch nie bei der Erstellung einer so umfangreichen Seite in so kurzer Zeit!“ äußerte sich dazu Thomas Löbel, Geschäftsführer von xmedias. Während auf Kundenseite xmedias für Weblayouts, Koordination und Markteinführungskampagne zuständig ist, liegt die Verantwortung für Programmierung und den technischen Betrieb der Portale bei Ippen Digital. Auf Basis unserer ID-Portallösung wurde



ein individuelles Konzept für die Mediengruppe Dr. Haas realisiert. Dank durchgängiger Umsetzung im Responsive Design sind die Portale dabei bereits von Haus aus auf jedes denkbare Ausgabegerät optimiert. Ob Smartphone, Tablet oder Desktop, Layout und Darstellung der Seiten passen sich automatisch dem jeweiligen Betriebssystem und Größe des Bildschirms an. Die aufwändige und teure Erstellung von speziellen Varianten der Portale für unterschiedliche Ausgabegeräte konnte somit entfallen. Mannheim24 und Heidelberg24 setzen als „Online only“-Portale auf kurze, schnelle Meldungen wie man sie aus dem Radio kennt. Der Schwerpunkt liegt bei regionalen Inhalten, Boulevard-, Polizei- und Sportthemen, vervollständigt durch überregionale Nachrichten.

alfa Stylo auf „rp-online.de“

Die Rheinische Post, eine der größten regionalen Abonnement-Zeitungen in Deutschland, ist im Bereich des Online-Anzeigengeschäfts weiter auf



Lösung ist der Gestaltungseditor alfa Stylo, der auf neuesten technologischen Standards (HTML5) basiert. Mittels WYSIWYG können Anzeigenformate schnell und einfach hergestellt werden. Durch die Integration von alfa Stylo entsteht so eine zukunftssichere Online-Plattform für die Marken der Rheinischen Post. alfa Stylo kommt auch als In-house-Editor zum Einsatz, wodurch eine optimale Prozessdurchgängigkeit erreicht wird. Beispiele dazu finden Sie auch auf rp-online.de.

Erfolgskurs. Im Zuge der Neuausrichtung des Onlinebusiness hat die RP mit dem Online-Service-Center eine erfolgreiche Plattform für ihre Kunden geschaffen. Der Anzeigenumsatz über Online konnte damit sogar deutlich gesteigert werden. Die Kunden können im neu gestalteten Portal ohne Berücksichtigung der Geschäftszeiten Fließsatzanzeigen und gestaltete Anzeigen aufgeben. In die gestalteten Anzeigen können die Kunden mit Hilfe des Stylo-Editors natürlich auch Fotos oder eigene Vorlagen hochladen. Bestandteil in dieser



Der Standard Wien setzt mit alfa FeeCon auf modulare Honorarberechnung

„Der Standard“ gilt nicht nur als eines der führenden und nationalen Qualitätsmedien in Österreich, sondern setzt auch buchstäblich Standards in Bezug auf modulare Workflows. Honorarberechnungen, Abrechnungen und Prüfungen sind ein kostenintensives Thema in vielen Verlagen. In den meisten Fällen sind viele manuelle Arbeiten und der Personaleinsatz aus unterschiedlichen Abteilungen notwendig. Die IT und technische Redaktionsleitung hatte sich zur Aufgabe gesetzt, nicht nur das vormalige im Haus entwickelte und in die Jahre gekommene Honorarmodul zu ersetzen, sondern auf einen Standard zu setzen, der modular und unab-

hängig des eingesetzten Redaktionsworkflow oder der nachfolgenden ERP-Systeme eingesetzt werden kann. Das Konzept und die einfache, browserbasierte Bedienung von alfa FeeCon haben überzeugt. Die Projektumsetzung hat begonnen und im Herbst 2016 sollen die internen Prozesse angepasst und im System abgebildet werden können. alfa FeeCon fügt sich elegant zwischen das bestehende Redaktionssystem und den Finanzbereich ein. Die Redaktion sowie die Verlagsleitung erwarten sich davon schnellere Kontroll- und Verrechnungsläufe als auch eine messbare Reduzierung von Fehlbuchungen.



DiesbachMedien, Weinheim, erweitern ihr Digitalangebot und gehen mit den Apps für WN und OZ auf Basis von alfa News+ live

DiesbachMedien in Weinheim, eines der größten und erfolgreichsten Medienunternehmen an der Bergstraße, das sich seit 1862 im Familienbesitz befindet, bietet seinen Lesern ein umfangreiches und breites Serviceangebot. Im eigenen Kartenshop werden Eintrittskarten für zahlreiche regionale und auch bundesweite Veranstaltungen angeboten. Mit „extra“ erscheint wöchentlich ein Halbformat in fünf Unterausgaben mit einer Auflage von 85.000 Exemplaren. Neben den bereits im Verlag eingeführten Systemkomponenten alfa AdSuite für das Anzeigenmanagement und dem XML-basierten

räume hinweg) behalten sie jederzeit die Übersicht. alfa News+ lässt sich auch offline nutzen – ganz gleich, ob im Flugzeug, in der Bahn oder sonst irgendwo unterwegs. Und ein integrierter News-Ticker, der sich individuell konfigurieren lässt, bietet »Breaking News« und RSS-Feeds als Bestandteil der aktuellen Berichterstattung. Dabei können diese Informationen auch über Facebook und Twitter oder andere Social Media geteilt werden. Die Navigation durch alle Artikel erfolgt per Wischgeste: die Navigation zwischen Ressorts über eine horizontale Wischgeste oder



in der Navigationsleiste und das Wechseln zwischen Start- und Folgeseiten über eine vertikale Wischgeste oder per Tap auf den Folgeseitenindikator. Und natürlich ermöglicht das Inhaltsverzeichnis den direkten Absprung zu den Artikeldetails. Im Verlag lassen sich die Informationen relativ kostengünstig durch vorgegebene Automatismen realisieren. So lehnt sich die Herstellung der Seiten an die PDF-Ausgabe der gedruckten Zeitung an, wobei sich zusätzlich Bilderstreifen, Video- und Audioclips integrieren lassen. Der Verlag kann dynamische Inhalte (auch Agenturmeldungen) im Laufe des Tages permanent aktualisieren. Gleichzeitig bietet alfa News+ die Anbindung an alfa Global Purchase zur kanal- und plattformübergreifenden Nutzung von Inhalten (buy once – read everywhere). Der hohe Grad der Automatisierung wird für Verlage bei den folgenden Funktionen deutlich: automatisches Generieren der Seiten, im Layout ist die automatische Bestückung vordefinierter Templates mit manuellem Eingriff möglich, alfa News+ unterstützt den Umgang mit verschiedenen Ausgaben und stellt für beliebig viele Regionalausgaben entsprechende Publikationsstrukturen bereit, Definition von freien und kostenpflichtigen Inhalten auf Seitenebene, die Abverwaltung wurde in alfa News+ integriert, die Anbindung von Vertriebssystemen zum Bereitstellen kostenfreier Inhalte für Abonnenten ist möglich, alfa News+ unterstützt Kaufmodelle wie InApp-Kauf sowie alle weiteren gängigen Abmodelle, Darstellung der App im Zeitungskiosk, Analyse des Nutzerverhaltens mit Google Analytics. Insgesamt bietet alfa News+ damit auch Anzeigenkunden eine geeignete digitale Plattform auf Tablets und Smartphones im redaktionellen Umfeld.

alfa DokuWiki führt Deskriptoren ein

Das zentrale alfa Online-Handbuch wird jetzt schrittweise um Schlagwörter erweitert. Um die Suche nach Begriffen zu erleichtern, ist im alfa DokuWiki begonnen worden, Deskriptoren zu setzen, die zu einem Schlagwort einen größeren Begriffszusammenhang herstellen (Themenraum).

Damit wird dem Anwender die Suche nach Begriffen erleichtert, die gegebenenfalls im ursprünglichen Handbuchttext nicht vorkommen. alfamedia pflegt die Listen mit Begriffen, die auf unterschiedliche Handbuchseiten des gleichen Themas verweisen.

TodaySans von alfamedia
das umfangreiche Schriftenpaket
für Print, Online, ePub oder Mobile

True-Type und Web-Fonts in WOFF

attraktiver Preis

uneingeschränktes Nutzungsrecht



Die „Mittelbayerische“ – ein Medienhaus erweitert mit alfa e-dition seine digitalen Services

Eine Faksimile-Ausgabe als digitale Erweiterung zum klassischen Printangebot ist mittlerweile für viele Verlage eine kaum mehr wegzudenkende zusätzlich Erlösquelle geworden. Im Zuge des Web-Relaunch hat das Mittelbayerische Medienhaus auch das Update der alfa ePaper-Lösung alfa e-dition vorgenommen. Neben dem neuen und ansprechenden Design liegen die echten Vorteile für Nutzer und Verlag jedoch „unter der Haube“. Neben den Lesern der digitalen Zeitungsausgaben im Netz nutzen vor allem die Redakteure der Mittelbayerischen Zeitung, Rundschau und Wirtschaftszeitung e-dition als Recherchesystem. Dabei können sowohl Mitarbeiter des Verlags als auch Leser auf ein tiefes und reichhaltiges Archiv von ca. 18 Millionen Artikeln zurückgreifen. Aufgrund der dynamischen Backend-Technologie alfa eCMS kombiniert mit der Kanal- und Autorenlösung MediaSuite, können redaktionelle Beiträge aus dem Printsystem bei Bedarf angereichert und erweitert werden. Hier nutzt die Mittelbayerische Zeitung zum Beispiel den Webservice zur automatisierten Konvertierung von Printbeiträgen in Sprachartikel. Jedoch spielen nicht nur die eingesetzten alfa Module eine wichtige Rolle. Auch im Bereich der Bedienfreundlichkeit und Integration hat alfa neue Akzente gesetzt. Wie im Printprodukt können Seiten überfliegen oder

einzelnen Artikel gezielt gelesen werden. Die Artikellesefunktion kann dem jeweiligen Leseverhalten durch Einstellung der Schriftgröße angepasst werden. Auch hier hat der Leser die Wahl, den Artikel in der Printhaptik oder als strukturierten Text zu lesen. Durch die Einbindung in ein zentrales Anmelde- (Single-Sign-On) und Kaufsystem können Leser zwischen unterschiedlichen Abo- und Einzelkaufoptionen wählen. Das Mittelbayerische Medienhaus hat aber neben den positiven technischen Effekten auch einen wirtschaftlichen Nutzen: Das durch eine spezielle und nur digital verfügbare Sonntagszeitung erweiterte Angebot konnte gleichzeitig mit einer Abpreiserhöhung eingeführt werden. Zusätzliche Aboverkäufe und eine durchweg positive Aufnahme des neuen Angebots bestätigen den Kurs des Verlagshauses.



Fotos: Stefan Müller-Naumann