

## Gemeinsam schaffen – für mehr Qualität!



Interne und externe Experten haben bei der Einschätzung der Zukunft des deutschen Verlagswesens zum Teil sehr unterschiedliche Vorstellungen. Über eins herrscht aber bei allen, die sich Sorgen um die

Tageszeitungen machen, Einigkeit: So wie bisher kann es nicht weitergehen. Bemängelt wird vor allem der falsch verstandene Ehrgeiz mancher Verlage, alles selbst machen zu wollen. Ein Blick in andere Wirtschaftszweige zeigt jedoch, wie erfolgreich das Einkaufen von Leistungen sein kann.

Vor einem Jahr haben wir an dieser Stelle zu „mehr Mut zur Kooperation“ aufgerufen. Und diese Auffassung findet immer mehr Anhänger. Geradezu prädestiniert für

unterschiedliche Kooperationsmodelle ist aufgrund der Fülle seiner Zukunftsaufgaben der IT-Bereich.

Hier gibt es viele mögliche Varianten einer erfolgreichen Zusammenarbeit. Zum Beispiel können mehrere Verlage eine Partnerschaft eingehen, um gemeinsam ein Projekt in Angriff zu nehmen – so geschehen bei der Entwicklung des Online-Vertriebs-Systems (OVS) der MSP. Solche Kooperationsformen sind ausbaufähig bis hin zum Zusammenschluss mehrerer DV-Abteilungen zu einem Unternehmen. Hierfür entschieden sich übrigens schon vor zehn Jahren die Verlage in Bremen und Oldenburg mit der Gründung von MSP. Nicht zuletzt können IT-Leistungen bei einem spezialisierten Partner eingekauft werden, zukünftig so selbstverständlich wie Strom aus der Steckdose.

So hohe Kosteneinsparungen wie beispielsweise in der Logistik sind mit Kooperationen im IT-Bereich auf Anhieb nicht zu erreichen, was die Zurückhaltung der Verlage begründen mag. Eine vom BDZV be-

auftragte Studie zeigt aber, dass weitsichtige Zeitungsleute zunehmend bereit sind, diesen Weg zu gehen. Der Umfrage zufolge steht bei entsprechenden Initiativen die Kostenminderung weniger im Fokus als die Qualitätssteigerung; als Erfolgsfaktoren bei den unterschiedlichen Kooperationsmodellen wird das Vertrauen in die Partner und regionale Nähe sogar höher eingeschätzt als eine gleiche IT-Architektur. Es spricht also alles dafür, dass die Zukunft der deutschen Zeitungen mehr denn je von menschlicher Nähe untereinander sowie gegenüber den Kunden und Lesern geprägt sein wird.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen auch im Namen aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein frohes Weihnachtsfest und ein glückliches neues Jahr.

Ihr Adrian Göbel  
Geschäftsführer der MSP  
Medien Systempartner GmbH & Co. KG

## In Bremen starten Verlage durch

MSP hatte zum 14. Bremer Verlagstreffen eingeladen – und fast 140 Gäste kamen zu der ausgesprochen motivierenden Veranstaltung ins Park Hotel.

Sie erlebten einen bunten Mix an Informationen, der von Prognosen zum Zeitungsmarkt über anschauliche Praxisempfehlungen bis hin zur Demonstration fast übersinnlicher Fähigkeiten reichte. Bei der positiven Resonanz der Teilnehmer schwang immer eines mit: Die Stimmung hellt sich auf; der Aufschwung sorgt bei den Verlagen für Optimismus.

In einem stark beachteten Vortrag bezeichnete Christian Jakubetz (imfeld media) Apps als das „Millionengeschäft der Zukunft“ und prognostizierte bis 2013 einen weltweiten Umsatz von 17 Milliarden Euro. Inwieweit jedoch die Medienwelt von der Entwicklung profitiert, bleibt offen. Denn entsprechende Inhalte würden die meisten Nutzer immer noch überwiegend kostenlos erwarten und nur einen ausge-

prägten Mehrwert in sich deutlich absetzender Qualität honorieren.

Vielfältige Interaktionsmöglichkeiten im technischen Bereich bieten Herstellern audiovisuell nutzbarer Geräte und Anbietern



von Netzdienstleistungen zusätzliche Geschäftsoptionen. Beide nehmen dabei immer mehr auch Einfluss auf den Content. Ausdrücklich warnte der Direktor des Instituts für Rundfunktechnik, Dr. Klaus Illgner-Fehns, die Zuhörer aus der Verlagswelt vor dieser „neuen“ Konkurrenz.

Sebastian Deterding (coding conduct) informierte über das „Persuasive Webde-

sign“, die verblüffende Kunst, Menschen dazu zu bewegen, im Internet bestimmte (gewünschte) Auftritte anzuklicken und ihren anfänglich eventuell vorhandenen inneren Widerstand in positive Energie umzuwandeln.

Ganz praktisch ging es zu bei dem Bericht über ein Gemeinschaftsprojekt aus dem Bereich der Zustelllogistik, wobei Jens Wegmann (Neue Osnabrücker Zeitung), Jan Fitzner (CITIPOST Nordwest) und Wolfgang Mihajlovic (pco Personal Computer Organisation) „ihre“ GPS-unterstützte Tourenverfolgung und -optimierung die Hauptrolle spielen ließen.

Und welche Wirkungen „sanfte Geheimwaffen“ in der Kommunikation haben können, das bewies der Kriminalist Leo Martin zum Abschluss der Vortragsreihe mit seinen mehr als erstaunlichen Experimenten.

Kein Verlagstreffen ohne Abendveranstaltung: Sie entführte die Gäste dieses Mal in das Bremer Raumfahrtunternehmen EADS – und rundete so das Programm unter dem Motto „Mit neuem Antrieb Richtung Zukunft“ perfekt ab.

## „Den Leser immer wieder überraschen“



Tageszeitungen können auch in 20 Jahren durchaus noch gelesen werden. Doch damit das so ist, müssen sich die Verlage noch mehr auf ihre Leser einstellen und ihre Kundenorientierung breiter anlegen als nur in Service und CRM. Dr. Marco Olavarria, geschäftsführender Gesellschafter der Kirchner + Robrecht GmbH management consultants, regte mit seinem Vortrag auf dem 14. Bremer Verlagstreffen zur Diskussion an.

**MSP Info:** Im Kampf um Marktanteile für Tageszeitungen wird mehr denn je Qualitäts-Journalismus gefordert. Wie schätzen Sie die Qualität deutscher Tageszeitungen im Vergleich zu europäischen Nachbarn und Produkten in Übersee ein?

**Olavarria:** Es gibt Dinge, die in Deutschland besser sind. Es gibt aber auch Fälle, die in Deutschland noch besser gemacht werden könnten und wo man sich zum Teil auch Beispiele nehmen kann. Ich glaube, dass das Thema Qualitäts-Journalismus in Deutschland immer einen breiten Raum eingenommen hat und dass man das den Produkten auch tatsächlich anmerkt. Das ist nicht in allen Ländern dieser Welt so. Auf der anderen Seite denke ich, dass gerade skandinavische Zeitungen – zum Teil auch amerikanische – mehr Wert legen auf das Erzählen spannender Geschichten. Das heißt nicht, dass diese Geschichten besser recherchiert worden sind, aber dass sie zum Teil doch fesselnder erzählt werden.

**MSP Info:** Wird es gedruckte Tageszeitungen in ähnlicher Form wie heute in 20 Jahren noch geben?

**Olavarria:** Für 2030 hat ein australischer Forscher das Ende der Tageszeitungen für Deutschland prognostiziert. Ich denke und hoffe, dass er sich irrt. Ich glaube, dass Papier nach wie vor ein grandioses Medium ist. Es ist hoch mobil, es ist einsetzbar in vielen Nutzungssituationen, in denen andere – auch elektronische – so nicht verwendet werden können. Ich glaube sehr stark daran, dass, wenn alle ihre Hausaufgaben machen, wir auch in 20 Jahren noch die gedruckte Tageszeitung werden genießen können.

**MSP Info:** Was müssen Verleger vorrangig tun, um ihre Tageszeitungen zu erhalten?

**Olavarria:** Ich sehe in den Häusern einen ganz großen Handlungsbedarf bei der Diskussion um Qualität und darum, wie weit Kundenorientierung gehen muss – ich sehe vor allem auch großen Handlungsbedarf darin, das Thema Kundenorientierung auch journalistisch zu definieren. Ich nehme hier ein kulturelles Problem in vielen Häusern wahr: Auf der einen Seite steht der Journalist, der sich auf seine journalistischen Qualitätskriterien beruft, auf der anderen Seite der

Verleger oder auch Verlagsleiter, der eine stärkere Kundenorientierung fordert. Das wird in den Verlagen häufig als Gegensatz diskutiert. Ich glaube, es ist wichtig, die Tageszeitung als Plattform zu begreifen. Und ich glaube, es ist unverzichtbar, Qualitätsstandards zu definieren und genau zu wissen, was Leser von Tageszeitungen erwarten. Die Leser sollte man dann aber auch immer wieder überraschen mit Dingen, die sie eigentlich nicht erwartet hätten. Es ist wichtig, Gegensätze zwischen Verlag und Redaktion aufzulösen, dabei aber journalistische Grundsätze keineswegs aufzugeben. Qualitätsstandards sollte man hochhalten und keineswegs dem Leser nach dem Munde schreiben. Es geht darum, die Qualität des Kernprodukts immer wieder zu verbessern, daran ganz hart zu arbeiten und jeden Tag das beste Produkt herzustellen und abzuliefern, was möglich ist. Ich halte es zudem für notwendig, dass Tageszeitungen sich auf neuen Plattformen verbreiten. Das hat natürlich mit Lesegeräten elektronischer Couleur zu tun. Da müssen kostengünstige Wege gefunden werden in der Ergänzung zum Printprodukt. Damit einher geht auch der Aufbau von Marketing-Know-How: Wie vermarkte ich in einer elektronischen Welt bestmöglich meine Kontakte? Dieser Frage müssen sich die Tageszeitungsverlage wie auch andere Verlage stellen.

**MSP Info:** Was müssen Verleger tun, um ihre Verlage mit all ihren Arbeitsplätzen zu erhalten?

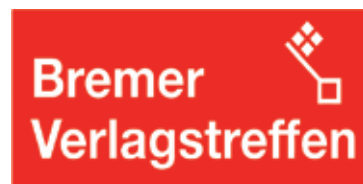
**Olavarria:** Ganz einfache Antwort: Die Rendite auf einem ordentlichen Niveau halten! Dahinter stecken natürlich haufenweise Aufgaben und Herausforderungen. Verleger sehen sich einem enormen Druck ausgesetzt. Auf der einen Seite haben wir eine Entwicklung, die wir nicht schönreden können. Auflagen und Reichweiten sinken ständig, der Werbemarkt steht – was Tageszeitungen angeht – extrem unter Druck. Das heißt: Wir brauchen an vielen Stellen neue Antworten. Wir brauchen eine klare Definition dafür, was eine Tageszeitung eigentlich möchte am Markt. Was ist das Geschäftsmodell? Was sind Dinge, die nur die Tageszeitung kann? In diesem Sinne müssen meiner Ansicht nach Tageszeitungen an vielen Stellen umgebaut werden. Wir haben gerade im regionalen Anzeigenmarkt die Verpflichtung, wirk-

lich mehr zum Partner des Kunden zu werden. Das heißt, die kleinen und mittleren Unternehmen müssen durch Initiativen in die Lage versetzt werden, gute Geschäfte zu machen mit allem, was der Verlag bieten kann: mit der Anzeige, mit Online-Versionen, mit Unterstützung durch andere Arten von Vermarktung – wie Durchführung von Promotions und Events. Da gibt es noch viele Ansatzpunkte, wie man die eigene Aufstellung verbessern kann. Und insgesamt bleibt dabei die wohl wichtigste Frage der internen Unternehmenskultur: Sind wir veränderungsbereit, sind wir offen für Neues? Quälen wir uns ausreichend für eine gute Qualität? Das sind die so genannten „weichen Faktoren“, die aber meistens viel schwerer zu verändern sind als die harten Faktoren.

**MSP Info:** Viele Verlage in Deutschland legen in ihren Tageszeitungen weit mehr Wert auf den lokalen und regionalen Bereich und belegen mit diesen Themen auch die Titelseiten. Ist das mehr als nur eine Flucht nach vorn?

**Olavarria:** Die Tageszeitung muss meines Erachtens als Gesamtprodukt überzeugen. Wenn ich die Titelseite mit einem lokalen Thema belege, das die Menschen nicht wirklich berührt, habe ich eigentlich Platz verschwendet. Ich glaube, man muss diese Frage flexibel angehen und jeden Tag wieder neu herauszufinden versuchen, was die Menschen bewegt, worüber sie sich unterhalten möchten. Man muss wissen, was die Gedanken und Sorgen der Menschen, der Leser sind, um so jeweils die richtigen Themen zu wählen und zu platzieren. Wichtig ist, dass der Leser hereingezogen wird in das Produkt. Und dass immer ein lokales Thema auf die Titelseite gehört, wage ich zu bezweifeln. Man muss bei Platzierung und Gestaltung so vorgehen, dass das Gesamtprodukt überzeugt.

Das 15. Bremer Verlagstreffen findet übrigens am 7. und 8. November 2011 statt.



## Endspurt beim MSP-Großprojekt

Zur Stärkung noch eine Portion Nürnberger Rostbratwürstchen! „Einige mehr dürften es wohl schon noch werden. Aber wir sind hier in Nürnberg auf der Zielgeraden, den größten Teil des Weges haben wir schon zurückgelegt“, so der Leiter Anwendungsberatung und -entwicklung der MSP, Carsten Hollmann, zum Auftrag in Nürnberg.

Erinnern Sie sich? In der dritten Ausgabe von MSP Info, die vor genau zwei Jahren erschien, berichteten wir schon einmal vom Einsatz in Franken. Damals hatte sich die Nürnberger Presse nach intensiven Vorgesprächen und Präsentationen nicht nur entschlossen, MSP mit der kompletten Umgestaltung ihrer Verlags-DV zu beauftragen. Sie bot dem norddeutschen Dienstleister gleichzeitig auch die Gesamtprojektleitung an.

„Seinerzeit ein mutiger Schritt, von beiden Seiten,“ räumt Hollmann ein. „Aber die Marschroute war klar. Nürnberg hatte sich letztendlich für den Umstieg in die SAP-Welt, genauer gesagt für die SAP-Branchenlösung entschieden. Und wir wussten, dass der Weg zum Ziel lang werden, aber mit der entsprechenden Vorbereitung für uns gut zu bewältigen sein würde.“

MSP begann umgehend im Interesse des Kunden und des Projekts seine Stärken auszuspielen. Dazu gehört die partnerschaftliche Orientierung des Unternehmens. Ganz selbstverständlich banden die Verantwortlichen das MSH Medien System Haus (Stuttgart) in die Planungen mit ein. Denn es war von Anfang an klar, dass die Aufgabe für einen Dienstleister allein kaum lösbar gewesen wäre. Und durch den Einsatz von Beratern aus zwei Häusern floss dem Projekt ein außergewöhnlich großes Volumen an unterschiedlichen Praxiserfahrungen zu.

Nach der ersten Phase, einer von Mitte 2008 bis Mitte 2009 laufenden Einsatzuntersuchung, ging es dann zunächst darum,

das Großrechnersystem mit diversen COBOL-Eigenentwicklungen durch neue Hardware und die vollständige Installation der SAP-ERP-Produkte zu ersetzen. Dieses zweite Etappenziel wurde umgehend in Angriff genommen – und nahezu problemlos erreicht.



Die Inbetriebnahme der Branchenlösung und sie komplettierender MSP-Produkte – Phase drei – begann am 1. April 2010 mit einem Aprilscherz: Die MSP-„Kasse“ wurde als erste Anwendung produktiv geschaltet. „Ein Kuriosum, das sich einfach so ergab, auf das wir aber auch ein wenig stolz sind“, so Carsten Hollmann.

Es folgten im Verlauf des Sommers bis in den späten Herbst hinein die Livegänge des IS-M/AM-Anzeigensystems inklusive

Anzeigenworkflow, der Web-Marktplätze und Web-Anzeigenannahme, der FI-Debitorenbuchhaltung, der von MSP entwickelten „Klasse!“ (ein System zur verlagsentlastenden automatischen Abwicklung von Schulprojekten), des IS-M/SD-Vertriebssystems und der MSP-Honorarabrechnung. Für das kommende Jahr sind noch weitere Einführungen geplant, u.a. eine Weiterentwicklung des ebenfalls bereits installierten und produktiven MSP-Online-Vertriebs-Systems (OVS).

Dieses Produkt ist ein Beispiel dafür, dass Projektarbeit in enger Kooperation mit dem Kunden keine Einbahnstraße sein muss. Es waren Mitarbeiter der Nürnberger Presse, die die Entwicklung einer Lösung für Geschäftsstellenfunktionalitäten auch ohne SAP-Anbindung anregten. Diese wichtige Ergänzung ist in die Standardsoftware des OVS eingeflossen und steht damit weiteren MSP-Klienten zur Verfügung.

Aber selbst wenn es diese Produktverbesserung nicht gegeben hätte, die Bilanz fällt insgesamt positiv aus. Großes Lob von Carsten Hollmann: „Wir sind sehr zufrieden mit der Leistung aller beteiligten Mitarbeiter. Damit meine ich ganz besonders die Teams der Nürnberger Presse, die sich mit sehr viel Engagement in Projektgruppen einsetzen, Schulungsmaßnahmen durchführen und bei Fragen aus der Anwenderschaft Rede und Antwort stehen. Aber natürlich haben wir auch großen Respekt vor dem, was unsere Fachleute vor Ort leisten.“

Wenn alles planmäßig läuft, wird MSP im Laufe des kommenden Jahres das bislang größte und IT-technisch anspruchsvollste Projekt seiner Firmengeschichte erfolgreich abschließen können – und die zurückgekehrten Nordlichter sich wieder an Grünkohl und Pinkel werden gewöhnen (müssen).

Ihr Ansprechpartner:  
Carsten Hollmann, Telefon 04 41 / 95 79-2



### Sie fliegen

uns nicht nur pünktlich nach Nürnberg hin und zurück. Sie haben auch für ein leckeres Lunchpaket im Shuttle zur Abendveranstaltung des Verlagstreffens gesorgt.

Und deshalb an dieser Stelle von uns ein besonders herzliches Dankeschön an die OLT!

### Impressum

MSP Medien Systempartner GmbH & Co. KG  
Martinstraße 43  
28195 Bremen  
Telefon: +49 421 9579-2  
Fax: +49 421 9579-7015  
E-Mail: msp@medien-systempartner.de  
URL: www.medien-systempartner.de

Verantwortlich: Adrian Göbel (Geschäftsführer)

Redaktion: Carl-Friedrich Ehlers



Mitglied der



## Auf dem Weg zum „Kassen“-Schlager

Am 21. Juni 2010 war es soweit: MSP lud zum Kassentag nach Frankfurt ein. Vorgestellt wurden das MSP Kassensystem und erstmalig auch der neue MSP-Online Shop.

Mit dem Kassensystem auf SAP-Basis haben MSP-Kunden den Absatz in den Verlagsgeschäftsstellen bereits seit längerem fest im Griff. Nun ist ab sofort dank des Online Shops zusätzlich auch ein Einkauf in virtuellen Geschäftsstellen möglich – und zwar vollintegriert.

Der MSP-Online Shop punktet mit vereinfachten Verkaufs-, Abrechnungs- und Versandprozessen. Darüber hinaus bietet er eine Vielzahl neuer Möglichkeiten, z.B. spezielle Angebote für Kundenkarteninhaber, Versand über haus eigene Logistikdienstleister oder Verkauf von Artikeln der Anzeigenkunden.



Im Verlauf der Veranstaltung konnten durch angeregte Diskussionen mit den Teilnehmern interessante Anregungen und Ideen zur Weiterentwicklung des MSP-Kassensystems gewonnen werden.

Seitdem hat sich viel getan:

Auf dem 14. Bremer Verlagstreffen im November wurde der Shop des Weser-Kuriers produktiv geschaltet und bietet seinen Kunden nun viele Produkte der Geschäftsstelle zusätzlich online an.

Auch die Nordwest-Zeitung hat sich für die Open Source Shop-Lösung „magento“ entschieden. Weil ebenfalls auf dieser Basis der MSP-Online Shop realisiert wurde, lässt sich der vollintegrierte Einkauf später wesentlich leichter „zuschalten“ als ohne eine entsprechende Vorbereitung.

Sie wollen mehr zum Thema wissen? Dann wenden Sie sich bitte an unseren Mann an der „Kasse“:

Ihr Ansprechpartner:  
Volker Kasig, Telefon 04 41 / 95 79-2

**Der World Usability Day – jährlicher weltweiter Aktionstag für Usability und UserExperience – fand erstmalig in Bremen statt.**

Dass Usability und User Experience, also die erleichterte Benutzbarkeit von Software, Webseiten oder mobilen Geräten, immer mehr in den Fokus rücken, weiß seit dem Hype um iPhone und iPad nicht mehr nur die Fachwelt. Und damit sind die Zeiten, als die Beachtung der Nutzerfreundlichkeit von Software als überflüssiges Beiwerk abgetan wurde, endgültig vorbei.

Der vom internationalen Usability-Berufsverband, der Usability Professionals Association (UPA), ins Leben gerufene World Usability Day soll das Thema Usability auch außerhalb der Fachwelt bekannt machen, und so findet dieser Tag weltweit jährlich am zweiten Donnerstag im November statt.

Erstmals ermöglichten die Sponsoren MSP, Media Blixx und TZI die Ausrichtung des World Usability Days auch in Bremen. Das Interesse war enorm und so konnte das Organisationsteam über 100 Teilnehmer begrüßen. Im Haus der Wissenschaft wurden den Interessierten Vorträge u.a. zu den Themen „Eye Tracking“, „Soziale Netze“ und „Usability und Software-Entwicklung“ geboten. In Workshops konnten die Teilnehmer praktische Erfahrungen sammeln, beispielsweise im Bereich Paperprototyping. Selbstverständlich kam auch das informelle Gespräch nicht zu kurz – es blieb ausreichend Zeit, um Erfahrungen auszutauschen und Kontakte zu knüpfen.

MSP ist Mitinitiator der Regionalgruppe Bremen/Oldenburg, die sich regelmäßig zu den Themen Usability, User Experience oder Human Centered Design trifft. Weitere Informationen sowie die Vorträge des Bremer World Usability Day finden Sie unter <http://usability-bremen.de/>.

### Kurz notiert

#### „Neues Deutschland“ honoriert ab sofort mit MSP-Honorarsystem

Seit dem 1. Juli 2010 arbeitet der Berliner Verlag „Neues Deutschland“ mit dem Browser-basierten MSP-Honorarabrechnungssystem. „Neues Deutschland“ hatte sich im vergangenen Jahr für die Honorarlösung von MSP entschieden, um ihre in die Jahre gekommene Access-basierte Eigenentwicklung abzulösen. In Kooperation mit den Kollegen von red.web wurde das Einführungsprojekt durchgeführt und erfolgreich produktiv gesetzt. Die erste Abrechnung mit dem neuen System gab es bereits Ende Juli.

#### Druckzentrum Rhein Main in Rüsselsheim rechnet alle Druckobjekte mit MSP easySD ab

Pünktlich zum Start des neuen Druckzentrums der Verlagsgruppe Rhein Main und des Medienhauses Südhessen mit zurzeit 28 Tageszeitungen, diversen Wochen- und Monatszeitungen, Verlagsbeilagen und einer großen Anzahl von Fremdprodukten wurde auch die MSP-easySD-Druckhauslösung in Betrieb genommen.

In Stufe 1 erfolgt täglich die Abrechnung der Druckobjekte via DDA (Digitaler Druckauftrag). In einem hochkomplexen IT-Umfeld konnte bei äußerst knappen Zeitvorgaben der Termin gehalten werden. In Stufe 2

erfolgen Schnittstellen zu dem technischen Steuerungssystem (ABB), die dann auch die manuelle Erstellung des DDA ablösen bzw. ergänzen.

#### Verlag „Der Tagesspiegel“ setzt erfolgreich die MSP-Online-Vertriebs-System Urlaubsservices ein

Ende Oktober hat „Der Tagesspiegel“ aus Berlin erfolgreich die MSP OVS Urlaubsservices in Betrieb genommen und ist somit der vierte Verlag, der sie produktiv nutzt. Zum Jahreswechsel ist geplant, die OVS-Bestellprozesse, die bereits vorinstalliert sind, starten zu lassen.

## Zwei neue BladeCenter schaffen mehr Flexibilität

IT-Dienstleister stehen genau wie Verlage unter extremem Kostendruck. Bei der Beschaffung neuer DV-Systeme muss daher insbesondere auf Investitionsschutz und Skalierbarkeit geachtet werden. In Kombination mit maximaler Flexibilität ist dann eine hohe Kosteneffizienz erreichbar.

Der Einsatz einzelner Server für jede Anwendung erfüllt häufig nicht alle diese Anforderungen. Ab einer bestimmten Dimension bleiben immer mehr Ressourcen auf den unflexiblen Einzelservern ungenutzt. Hochverfügbare Umgebungen vervielfachen neben den Kosten und den ungenutzten Ressourcen auch den Energie- und Platzbedarf. Virtualisierungstechnologien machen diese Ressourcen auf einfache Weise verfügbar; BladeTechnologien erhöhen die Serverdichte im Rechenzentrum und reduzieren die Betriebskosten. Werden nun beide kombiniert, erreicht der Anwender eine weitere Steigerung der Effizienz, Flexibilität und Skalierbarkeit, bei gleichzeitiger Senkung der Betriebs- und Administrationskosten.

Die Anbindung der BladeServer an das Rechenzentrum erfolgt über mindestens ein BladeCenter. Die Kosten für diese Infrastruktur machen den Einsatz von Blade-

Servern jedoch erst ab einer bestimmten Größenordnung zur effizienten Lösung.

MSP stehen in Bremen nun zwei neue BladeCenter mit je fünf BladeServern zur Verfügung. Insgesamt verfügen diese über 80 CPU/Kerne mit insgesamt 480 GB Hauptspeicher. Vorteil der BladeServer ist insbesondere die kompakte Bauweise. Aber auch die hohe Leistungsdichte, die Skalierbarkeit und Flexibilität sowie die einfachere Verkabelung mit wesentlich gerin-

gerem Materialaufwand zählen zu den Pluspunkten. Durch den Einsatz von VMWare wurden zudem ein virtueller Serverbetrieb und eine Hochverfügbarkeit der Gastsysteme realisiert. In diesem virtuellen Netzwerk können die Maschinen untereinander und/oder mit dem physikalischen Netzwerk kommunizieren (siehe auch untenstehende Grafik).

**Ihr Ansprechpartner:**  
Carsten Zeug, Telefon 04 21 / 95 79-2

### Virtualisierung

In einer virtuellen Umgebung wird die zu Grunde liegende Hardwarestruktur entkoppelt. Ein virtueller Server basiert auf Software, verhält sich aber wie ein „echter physikalischer“ Server. Das Betriebssystem und alle Anwendungen laufen in einem Prozess als virtuelle Maschine. In einer virtuellen Infrastruktur können die physikalischen Ressourcen mehrerer Server gemeinsam genutzt werden. Fällt z.B. ein physikalischer Server aus, so wird der virtuelle Server von einem anderen physikalischen Server übernommen. Bei einem klassischen Cluster würde bei Ausfall einer Maschine eine andere Maschine übernehmen. Hierzu müssten die Betriebssysteme mit einer Cluster-Software ausgestattet sein.



Für jede Umgebung ist dann ein Cluster mit mindestens 2x Betriebssystem und 2x Cluster-Software erforderlich, wobei diese für jedes Betriebssystem eine andere ist. Das führt zu erhöhtem administrativem Aufwand. Im VMWare Cluster liegt dagegen diese HA (High Availability)-Funktion unterhalb des eigentlichen Betriebssystems. So stehen die Ressourcen im Pool jederzeit zuverlässig und sicher zur Verfügung.

## DC-X: Treue zum „alten“ Anbieter zahlt sich aus

Wenn sich ein Verlag für eine neue IT-Lösung entscheidet, ist häufig Unzufriedenheit mit dem alten System der Grund – nicht so bei der Bremer Tageszeitungen AG (BTAG). Gerade weil man hier seit 1998 mit der Vorgängerversion DC-4 grundsätzlich zufrieden war, entschieden sich die Verantwortlichen 2009 für die Weiterentwicklung DC-X von Digital Collections.

Als ursächlich für die Migration auf dieses System muss der heute notwendige Durchsatz von mindestens 1000 Bildern in vier Stunden gelten (das Vorläufersystem DC-4 war ursprünglich auf 800 einlaufende Bilder/Tag ausgelegt und konnte maximal 4000 Bilder in 24 Stunden verarbeiten, was in Spitzenzeiten zu mehrstündigen Verzögerungen führte).

Außerdem sollte die „Neuanschaffung“ ein installationsfreies Frontend besitzen, das auf aktuellen Browsern einsetzbar ist.

Vom Verlag gefordert – und mit DC-X erfüllt – wird auch die Option, „verwandte Inhalte“ automatisch zusammenstellen zu können. So lassen sich z.B. unterschiedliche Agenturmeldungen zum selben Thema

schneller finden. Und nicht zuletzt beeinflusste – neben den akzeptablen Kosten – auch die Chance, als „früher“ Kunde noch direkt Einfluss auf die Entwicklung von DC-X nehmen zu können, die Entscheidung positiv.



Die BTAG setzt DC-X als Verwaltungssystem für das komplette Zeitungsarchiv sowie für die Archivierung von selbsterstellten Logos, Grafiken und bereits erschienenen Texten ein. Außerdem werden aktuelle Bilder, Agenturtexte, RSS-Feeds sowie E-Mails an die Redaktion für einen Monat gespeichert. Es ist also durchaus berech-

tigt, DC-X als „zentrales, medienübergreifendes Content-Management-System“ zu bezeichnen.

Nach einer reibungslosen Installation zeigten sich die Verantwortlichen hochzufrieden. MSP hatte die Experten von Digital Collections vor Ort entscheidend unterstützen und das System für die Bremer sogar noch optimieren können: Zum einen gelang es, DC-X durch ein hauseigenes Produkt, der Honorarabrechnung, zu ergänzen. Zum anderen entwickelten MSP-Fachleute gemeinsam mit dem Hersteller die Einbindung von E-Mail-Eingängen in das System.

Erfahrung und Kompetenz bei der Einführung eines DC-Systems in eine bestehende Landschaft sprechen ganz eindeutig für MSP, die ihren Kunden hierfür die volle Unterstützung anbietet. Und das gilt nicht nur während der Installationsphase. MSP stellt sich auch für den Support zur Verfügung – bis hin zum Betrieb des Systems im eigenen Rechenzentrum!

**Ihr Ansprechpartner:**  
Klaus-Jürgen Vagts, Telefon 04 21 / 95 79-2

# MSP-Team „Systembetreuung“: Und was darf es für Sie sein?

MSP hat mittlerweile mehr als 65 Mitarbeiter. Damit Sie immer wissen, wer Ihr richtiger Ansprechpartner ist, stellen wir Ihnen in dieser MSP Info unsere Systembetreuung vor.

Wenn der Technische Leiter der MSP-Systembetreuung, Carsten Zeug, über die Aufgaben und Angebote seiner Mannschaft berichtet, gerät er ins Schwärmen. Außerordentlich vielfältig sind die Dienstleistungen. Sie helfen bereits zahlreichen Verlagen in Deutschland bei der Umsetzung ihrer IT-Konzepte und leisten wertvolle Dienste im Bereich der Produktionsunterstützung. Carsten Zeug weist aber ausdrücklich darauf hin, dass es kein allgemeingültiges Patentrezept gibt, sondern für jeden Kunden ein individuelles Konzept gesucht und gefunden werden muss.

Diverse Verlage nutzen das Angebot von MSP und lassen ihre zentralen Systeme in den beiden hochverfügbaren Rechenzent-

ren betreiben. Die Betreuung von Anwendungen, wie zum Beispiel Redaktions-, Archiv-, CRM- und Groupware-Systeme, gehört ebenso zum Leistungsumfang wie der Betrieb von Netzwerk-, Sicherheits- und Datensicherungssystemen. Besonders spezialisierte Mitarbeiter sind zuständig für Internet-Portale,

Online-Umgebungen und crossmediale Auftritte. Eine Anbindung von Außenredaktionen und Verlagsgeschäftsstellen kann über Weitverkehrsnetzwerke realisiert werden.

Über den eigentlichen Betrieb hinausgehend erarbeitet die Systembetreuung zusammen mit dem Auftraggeber Anforderungsprofile, Spezifikationen und Konzepte für die Einführung moderner IT-Umgebungen. Eine kunden-orientierte Projektumsetzung garantiert die zeitnahe Einführung komplexer Systemabläufe. Zum Leistungsangebot gehören ebenfalls Problemanalysen und die Optimierung von Systemen und deren Zusammenspiel.

Die besondere Qualität der „Mannschaft“ liegt in ihrer hohen Einsatzbereitschaft und dem großen Verantwortungsbewusstsein gegenüber dem Kunden. Um mit dem kleinen und effizienten Team eine gesicherte Produktion zu gewährleisten, wird, so Carsten Zeug,



Team Arbeitssysteme

ein hohes Maß an Flexibilität von den Mitarbeitern – mitunter auch zu Lasten des Privatlebens – gefordert.

Ihr Ansprechpartner:  
Carsten Zeug, Telefon 04 21 / 95 79-2



Team Produktionssysteme

## Das MSP-Team „Systembetreuung“

**Carsten Zeug**  
Technischer Leiter

**Gerlinde Aden**  
Projektkassistentin

**Hans-Wolfgang Gertz**  
Koordinator Systembetreuung  
Teamkoordinator Service Bremen

**Klaus-Jürgen Vagts**  
Teamkoordinator  
Produktionssysteme

**Sven Schulze**  
Teamkoordinator Arbeitssysteme

**Mitarbeiter**  
**Bereich Produktionssysteme**  
Dirk Fischer, Wilfried Ritz,  
Lennart Rosam, Marcel Sauer,  
Bernd Schneider, Ernst Wertz

**Mitarbeiter**  
**Bereich Arbeitssysteme**  
Harald Bölter, Michael Hüttig,  
Dion Lorenz, Markus Trübner,  
Jörg-Peter Walkenhorst

FalconStor Sun N1AA  
**Virtualisierung**  
VMWare

Ruckus Checkpoint  
**Infrastruktur**  
QLogic  
Foundry Networks / Brocade  
Windows Server

IBM DS4700 Oracle/Sun  
Overland NEO 8000 NAS  
**Hardware** IBM DS3400  
IBM BladeCenter SAN

ATEX Hermes  
MySQL Oracle DC-X  
**Applikation**  
SAP EidosMedia Methode  
PPI Plan Paq Nagios