

Ratgeber im Online-Zeitalter

Ratgeber zu entwickeln, wird immer aufwändiger, denn eine **multimediale Anbindung** ist immer selbstverständlicher. Ursula Welsch, Interimsmanagerin für elektronisches Publizieren, erzählt von den Tücken und Herausforderungen

Ursula Welsch ist selbständige Beraterin, Projektleiterin und Interimsmanagerin für elektronisches Publizieren – mit den Schwerpunkten medienneutrale



Datenaufbereitung mit XML und Optimierung des Datenworkflow. Ihr Know-how um die Aufbereitung medizinischer Inhalte stammt aus verschiedenen Projekten wie z.B. dem Klinischen Wörterbuch Psychrembel oder Trainings z.B. mit dem Team der Klinikleitfäden und anderer. Sie ist außerdem Dozentin an der Akademie des Deutschen Buchhandels, der HTWK Leipzig und der Universität München.

BuchMarkt: Was reizt Sie an der Produktion von Ratgebern?

Ursula Welsch: Ratgeber leben von einer der Zielgruppe angemessenen Aufbereitung. Also oftmals von einer reichhaltigen Bebilderung und von einer lebhaften, aber themenbezogenen Gestaltung. Reihen werden oft über längere Zeit thematisch und gestalterisch zur Marke entwickelt. Das ist der Stand bisher.

In heutiger Zeit kommt jedoch auch seitens der Kunden in steigendem Maß die Forderung nach höherer Aktualität und nach elektronischen Publikationsformen, die aus dem Internet heruntergeladen und auf dem heimischen PC oder einem PDA – oder gar auf dem Handy – genutzt werden können. Auch die Abrundung durch eine spezielle Website, die angrenzende Themen und stets aktuelle Informationen umfasst, wird immer mehr zum Qualitätskriterium für Ratgeber. Hier setzt meine Arbeit ein.

Die sich auf welche Bereiche bezieht?

Auf die Veröffentlichung von Zeitschriften und Autorenbüchern ebenso wie auf wissenschaftliche Publikationen und zunehmend auf Ratgeber. Zurzeit arbeiten

wir an einem aufwändigen Medizinratgeber: Hier werden die Buchpublikation und der Webauftritt inklusive des Angebots der Buchinhalte im Internet – zur Onlinesuche und gegebenenfalls zum Download – parallel geplant und erstellt. Damit dies alles so funktionieren kann, sind einerseits ein möglichst reibungsfreier Workflow notwendig und andererseits eine Datenbasis, die eine sehr nutzenorientierte, kundennahe inhaltliche Konzeption für diese mehrfache Verwertung der Inhalte vorbereitet.

Ist es nicht Aufgabe des Verlages, den Workflow zu optimieren?

Bei einem umfangreichen Medizinratgeber ist der Workflow besonders wichtig, da viele Personen beteiligt sind: rund 100 Autoren, mehrere Gutachter bzw. Herausgeber, mehrere Redakteure und Datenarbeiter. Da ist es wichtig, dass alles flutscht. Noch wichtiger – auf jeden Fall mittel- bis langfristig – ist die Art und Weise, wie die Inhalte technisch aufbereitet werden.

Können Sie konkrete Beispiele nennen?

Auf der einen Seite stehen die Anforderungen einer anspruchsvollen Gestaltung mit Hinweiskästen, Infoblocks und Abbildungen in der Printausgabe, auf der anderen Seite stehen die Erwartungen an eine adäquate Repräsentation dieser typographischen Besonderheiten in der elektronischen Form – egal ob es um eine Darstellung auf einer Webpage im Internet mit der universellen Auszeichnungssprache HTML geht oder um ihre Umformatierung für die Nutzung auf einem PDA oder Handy.

Diese Aufgabe stellt sich – egal ob sämtliche Inhalte des Buchs elektronisch angeboten werden oder nur Teile davon, ob die Inhalte um zusätzliche Informationen ergänzt werden oder nur partiell zur Verfügung stehen. Neben diesen darstellerischen Herausforderungen müssen die Verweise auf

andere Teile der Publikation jeweils mediengerecht bearbeitet werden.

... was die Kompetenzen eines herkömmlichen Verlages übersteigt?

Ja, in den meisten Fällen holen sich Verlage Hilfe von außen. Denn all das – die problemlose Umformatierung und die verschiedenen Arten von Verweisen – ist nur mit einer speziellen Art der Datenaufbereitung zu erreichen: mit der Auszeichnungssprache XML – der Extensible Markup Language. Denn XML kann zum Einen die Sprache auf jeden Inhalt anpassen und zum Anderen entsteht damit eine Datenbasis, die ähnlich wie eine Datenbank, automatisiert verarbeitet, d.h. formatiert und umformatiert werden kann. Dieser flexible und hoch effektive Einsatz ist allerdings mit einer erhöhten Disziplin bei der Bearbeitung der Inhalte zu „bezahlen“, denn das Entscheidende an der Datenstruktur ist nicht die Darstellung der Inhalte, sondern die korrekte Auszeichnung der Daten.

Kommen Ratgeber um diesen Aufwand heute nicht mehr herum?

Wenn es sich um ambitionierte und zukunftsorientierte Bücher handelt, dann sollte man sich diesen Markt nicht entgehen lassen. Wir müssen fortan medial mehrgleisig fahren. Das erwarten die Kunden von uns. Damit wird es besonders für Ratgeber-Verlage immer wichtiger, auf die Datenstrukturen ihrer Bücher zu achten – und dabei nicht auf eine exzellente typographische Gestaltung verzichten. Mancher Verlag muss sich noch von der Vorstellung verabschieden, es sei seine ausschließliche Aufgabe, Papier zu bedrucken. Die besondere Rolle der Verlage liegt vielmehr darin, Informationen und insbesondere Hilfe und Ratschläge optimal zu vermitteln – egal in welchem Medium.

Die Fragen stellte Nicola Bardola