

E-Commerce und Order Management für Verlage des 21. Jahrhunderts

Inhaltsverzeichnis

1.	Herausforderungen für Verlage	2
2.	Flexible Erstellung von Publikationsinhalten	3
3.	Vorteile und Highlights eines Enterprise E-Commerce-Systems für Verlage.....	4
4.	Order-Management-Plattform im Buchhandel und Verlagswesen	5
5.	Bausteine der Gesamtlösung und Ihre Bedeutung für Verlage.....	6
6.	Profile der beteiligten Unternehmen	7

1. Herausforderungen für Verlage

Aufgrund der Umbrüche, die nicht zuletzt durch Online-Anbieter wie Amazon sowie andere E-Commerce-Plattformen und das Schwinden des traditionellen Buchhandels hervorgerufen werden, stellt sich auch für Verlage im 21. Jahrhundert die Frage:

Wie und wo biete ich meine Inhalte an?

Diese Inhalte beschränken sich heute nicht mehr nur auf das gedruckte Wort, sondern beinhalten ebenfalls multimediale und digitale Inhalte verschiedenster Formate wie ePUBs, Bilder, Videos und sogar einzelne Textausschnitte. Für die steigende Verbreitung dieser Formate sind adäquate Vertriebsmöglichkeiten wie der eigene Webshop oder unterschiedliche Handelsplattformen notwendig, welche die speziellen Erfordernisse dieser neuen Medien berücksichtigen und integrieren: z. B. Download-Möglichkeiten für Audioinhalte, ein „Blick-ins-Buch“ für E-Books, eine ansprechende sowie korrekte Präsentation dieser Artikel, usw.

Das damit einhergehende veränderte Nutzungs- und Konsumverhalten der Kunden, die einen mobilen und unmittelbaren Zugriff auf diese neuen Medien erwarten, bildet aufgrund einer hohen Komplexitätsebene eine zusätzliche Herausforderung für Verlage und den Buchhandel. Online-Anbieter müssen diese neuen Medien in einer individuellen CI und kompatibel mit den unterschiedlichsten Geräten anbieten, unterschiedliche Prozesse und Systeme müssen für ein nahtloses Order Management aufeinander abgestimmt sein und Artikelinhalte aufwändig gepflegt und präsentiert werden.

Für alle elektronischen Vertriebswege zum Kunden, ob eigener E-Commerce Auftritt, Marktplätze oder APP-Stores, ist es elementar, die eigenen Produkte mit den richtigen Klassifizierungen, aussagekräftigen Bildern und genau definierten Metadaten bereitzustellen.

Von der Erstellung eines Titels bis zur Verfügbarkeit ändern sich diese Daten fortwährend – und müssen permanent gepflegt und angereichert werden, entweder intern oder durch einen externen Dienstleister.

Aktuellen Zahlen des Marktforschungsinstitutes Nielsen zufolge erhöht sich der Verkauf eines Titels um 268 Prozent, wenn die Basis-Metadaten vollständig und korrekt gepflegt sind. Nochmals 55 Prozent kommen hinzu, wenn diese Metadaten angereichert werden. Und ein Titel, dessen Metadaten gut gepflegt sind, verkauft sich um 700 Prozent besser als einer, dessen Daten schlecht gepflegt sind.

2. Flexible Erstellung von Publikationsinhalten

Die Publikationsinhalte sind für den Kunden des Verlags das zentrale und wichtigste Produkt. Doch die Veränderungen im Konsum von Publikationsinhalten aufgrund neuer Medien, Endgeräte und Formate und die daraus resultierenden unterschiedlichen Kundenbedürfnisse (einige Kunden bevorzugen gedruckte, andere hingegen elektronische Medien, manche benötigen lediglich Auszüge aus bestimmten Publikationen) machen es sinnvoll, diese Inhalte den Kundenbedürfnissen entsprechend flexibel zusammenstellen zu können.

Die Aufteilung der Inhalte nimmt üblicherweise der Autor/Herausgeber oder auch der Verlag vor - letzterer in Anthologien, Sammelbänden, Editionen. Dennoch folgt das Informationsbedürfnis des Verlagskunden oft eigenen Regeln, denen der Verlag Rechnung tragen sollte - der Kunde muss sich eigene Informationseinheiten aus Kapiteln, Beiträgen/Aufsätzen, Titeln in der ihm gemäßen Form zusammenstellen können.

Basierend auf dem Titel-orientierten Workflow des Verlags und der Kombination der Verlagsdienstleistungen von Datamatics mit der Enterprise-Plattform der Intershop-Gruppe sind diese Möglichkeiten der Inhaltserstellung schon heute für alle „content owners“ geläufig.

Jeder Nutzer kann z. B. die individuell benötigten Informationseinheiten frei kombinieren und anschließend im Online-Shop bestellen.

Jede Informationseinheit kann dabei mit individuellen Preisen oder Kombinationspreisen versehen werden.



- On-the-fly-Generierung von Inhalten als PDF, E-Book oder als „print on demand“.
- Mit oder ohne Anreicherung durch Fotos, Videos oder anderen, interaktiven Inhalten.
- Inklusive Volltext-, Metadaten- oder semantischer Suche.
- Jede Informationseinheit, ob Text-PDF oder ePUB bis zum gedruckten, klassischen Buch.

3. Vorteile und Highlights eines Enterprise E-Commerce-Systems für Verlage

Kunden erwarten ein nahtloses Einkaufserlebnis – sowohl für das traditionelle Buch als auch für E-Books und digitale Güter aller Art bis hin zu den passenden Merchandise-Artikeln.

Welche Vorteile ergeben sich durch den Einsatz eines leistungsfähigen E-Commerce-Systems für Verlage?

- Erneuerung und Intensivierung der Beziehung zu den Lesern
- Besseres Verständnis des Kaufverhaltens Ihrer Kunden
- Stärkere Bindung an das eigene Portfolio
- Monetarisierung ungenutzter Archive
- Direkte Informationen über Neuerscheinungen, Sondereditionen, Anschlusspublikationen, etc.

Eine preisgekrönte E-Commerce-Referenzanwendung für den Vertrieb digitaler Güter ist der E-Commerce-Auftritt von Pottermore, realisiert mit der aktuellen Software aus dem Hause Intershop.

Diese Lösung beinhaltet, neben tausenden von Features, einige interessante Highlights:

- Leistungsstarke Funktionen für den Vertrieb digitaler und physischer Produkte
- Unterstützung aller mobilen Endgeräte (E-Book-Reader, Tablet-PC, Smartphone, etc.)
- Unterstützung mobiler Web-Applikationen und nativer Smartphone-Apps
- Content-Management-Funktionen zur Schaffung anregender Einkaufswelten
- Promotions- und Kampagnenmanagement
- Herausragende Personalisierungsfunktionen
- Vielfältige Bezahlmöglichkeiten
- Mehrsprachigkeit und Lokalisierung in Abhängigkeit des Kundenstandortes
- Starke Self-Service-Funktionen



Referenzen (Beispiele):

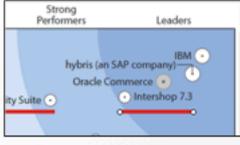
- www.pottermore.com
- www.ocelot.de



- Exklusiv-Vertrieb von e-Books and AudioBooks weltweit
- Anbindung zahlreicher Plattformen (z.B. Amazon Kindle, Kobo, Google Play, Sony and Scholastic)
- State-of-the-Art im Digitalvertrieb von Literatur

ocelot, not just another bookstore

- Mittelständischer Kunde mit hoher Individualisierung
- Barsortiment mit > 2,3 Mio. Artikeln, 400Tsd. digitale Artikel, vollintegrierte Systemlandschaft mit Drop-Shipment
- Enterprise für den Mittelstand



- Forrester bestätigt die Herausragende Stellung der Intershop-Software (neben IBM, SAP, Oracle)

Quelle: Forrester Research Inc., Forrester Wave B2B Commerce Suites, Q4 2013

- Shop-Lösung auf Basis einer der weltweit führenden Shop-Lösungen
- Unbegrenzte Anzahl von Artikeln, Kunden, Seiten, Sprachen, Währungen, etc.
- Support von digitalen Medien (e-Books, AudioBooks, mp3, etc.)
- Auf Wunsch Barsortimente vorintegriert
- Optimierte Darstellung des Shop für alle Endgeräte und Kanäle (Responsive Layout)
- Intelligente Suche mit allen relevanten Facetten (Filter, Suggest, Volltext, Metadaten, etc.)
- Verwaltung von beliebigen Sortimenten, Aktionen, Gutscheinen, Promotion- und Marketing Aktionen
- Hohe Flexibilität durch integriertes State-of-the-Art Content Management System
- Über 1.000 out-of-the-box Features wie z.B. Affiliate Programme, Themenseiten, Sub-Shops, etc.



"Wenn Sie etwas wie Pottermore auf die Beine stellen wollen, brauchen Sie eine Plattform, mit der Sie Bücher in beliebigen Sprachen, Währungen und Zahlungsmethoden für wirklich jedes Endgerät ausliefern können.

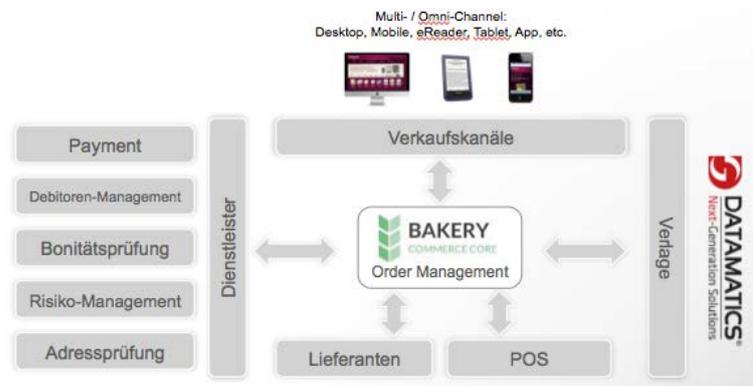
Tatsächlich gibt es nicht viele solcher Plattformen. Wir haben eine gefunden."

Charlie Redmayne, CEO Pottermore

4. Order-Management-Plattform im Buchhandel und Verlagswesen

Ein Verlag muss in der Lage versetzt werden, den gesamten Vermarktungsprozess inklusive der dazugehörigen Metadaten, Klassifikationen und Bilder über die verschiedenen beteiligten Systeme selbst zu kontrollieren und innovativ zu gestalten.

Von der Erstellung bis zum Verkauf sind verschiedene Systeme beteiligt: Von Medien-Datenbanken (MAM-Systeme), Redaktionssystemen oder Content-Management-Systemen bis hin zu angeschlossenen Marktplätzen, E-Commerce-Auftritten und Dienstleistungen zur Abwicklung von Zahlungen oder dem Debitorenmanagement.



Um die nahtlose Integration von Kunden, Produkt- und Bestandsdaten über alle beteiligten Systeme hinweg zu gewährleisten, benötigt man eine zentrale Middleware, die alle am Verkauf beteiligten Systeme, Kanäle und Dienstleister an einer Stelle synchronisiert und zusammenfasst.

Diese Aufgabe übernimmt die TheBakery Order-Management-Plattform. Einige der Aufgaben einer Order-Management-Plattform sind:

- Zusammenführung und Verwaltung der Artikeldaten aus beliebigen Systemen in einem System – automatisiert und mit Hilfe professioneller Recherche & individueller Anreicherung durch Teams von Datamatics
- Bearbeitung und Klassifizierung von Artikeln und Bildern (PIM) und Ausspielen der Daten an beliebige Verkaufskanäle (Shop, Marktplatz, etc.)
- Zentrale Verwaltung aller Bestellungen
- Verarbeitung aller Prozesse im Rahmen des Order Managements (Bonitätsprüfung, Adressprüfung, Zahlung, Auslieferung, Rechnungs- und Gutschriftversand, Mahnverfahren) - dadurch sind hohe Kosteneinsparungen möglich (z. B. durch die Vermeidung unnötiger Verpackungs- und Versandkosten aufgrund der Bestellzusammenführung)

5. Bausteine der Gesamtlösung und Ihre Bedeutung für Verlage

Die kombinierte E-Commerce- und Order-Management-Lösung gliedert sich in verschiedene Bausteine mit wechselseitigen, klar definierten Schnittstellen. Jeder dieser Bausteine leistet einen entscheidenden Beitrag für das moderne Online-Verlagsgeschäft.



Durch die Verzahnung der verschiedenen Softwarekomponenten mit den Verlags-Dienstleistungen von Datamatics werden alle benötigten Teilschritte, von der Normierung der Inhalte oder der Kategorisierung und Verschlagwortung bis hin zum fertigen Produkt, in einen definierten Prozessablauf gebracht.

Das Ergebnis sind Verlagspublikationen ohne Medienbrüche in unterschiedlichen Formaten, vom Artikel bis zum gedruckten Buch, mit den jeweils nachgelagerten Distributionssystemen.

Durch das Order-Management-System werden die Publikationen kanalübergreifend in verschiedenen angeschlossenen E-Commerce-Systemen, Marktplätzen und auf allen weiteren Kanälen publiziert - von digitalen Produkten bis zu physischen Neuerscheinungen.

Nach der Bestellung erfolgt ein automatisiertes Fulfillment physischer und digitaler Produkte durch den Verlag oder angeschlossene Verlags-Fulfillment-Dienstleister oder Barsortimenter. Alle Dienstleistungen rund um die Bestellabwicklung können durch vorintegrierte Drittdienstleister für Zahlungsabwicklung, Adressvalidierung, Scoring und Debitorenbuchhaltung in Anspruch genommen werden.

Durch zentrale Hosting- und Betriebsleistungen der Lösungen wird kein tieferes IT-Fachwissen auf Seiten der Verlage benötigt. Die Lösungen werden in sicheren Rechenzentren nach deutschem Datenschutzrecht (BDSG) als SaaS-(Software as a Service) Modell betrieben und durch ein professionelles Team betreut.

Ihre Systeme sind jederzeit für die Kunden verfügbar und keine Bestellung bleibt liegen – jede Transaktion wird proaktiv durch geschultes Fachpersonal überwacht.

- Alle Zahlen Ihres Online-Geschäfts im Überblick – zu jedem Zeitpunkt und in Echtzeit
- Transaktionsbasiertes Preismodell – dadurch sehr geringe Anfangsinvestitionen
- „best of class“-Enterprise-Softwarekomponenten mit spezialisierten Dienstleistern.

6. Profile der beteiligten Unternehmen

Datamatics, ein verlässlicher Partner für zahlreiche Unternehmen der Fortune 500, ist ein globaler Anbieter für Informationstechnologie (IT), Knowledge Process Outsourcing (KPO) und Consulting-Services mit Niederlassungen in Bosnien, Deutschland, Indien (Stammsitz), Schweiz, UK und USA. Das Unternehmen bietet betriebsspezifische Lösungen der nächsten Generation für ein breites Spektrum von Branchen, um Unternehmen auf der ganzen Welt dabei zu helfen, geschäftliche Herausforderungen zu meistern und betriebliche Effizienz erreichen. Diese Lösungen basieren auf innovativer Technik, Kenntnissen über Geschäftsprozesse und Fachwissen und haben zum Ziel, Kunden einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen.

Die **TheBakery GmbH** ist ein im Jahr 2008 in Berlin gegründetes IT-Unternehmen, das sich auf die standardisierte Vernetzung und automatisierte Transaktionssteuerung von Web-Shops, Lieferanten und Lösungsanbietern spezialisiert hat. Unsere Lösungen ermöglichen einen einheitlichen E-Commerce für unsere Geschäftspartner: Wir machen unterschiedliche Schnittstellen, Geschäftsprozesse und Datenstrukturen systemweit interpretierbar. Möglich ist dies durch die einmalige Anbindung an unsere eigenentwickelte "Commerce Core"-Plattform: Sie übernimmt die zentrale technische Abstimmung unserer Geschäftspartner und prozessiert alle E-Commerce-Transaktionen. Dies erleichtert nicht nur die technische Integration zukünftiger Partner. Jeder neue Partner bietet zusätzliche Vorteile für das gesamte Handelsnetzwerk: weitere Sortimente, Absatzmöglichkeiten und Dienstleistungen. Das stetig wachsende Netzwerk aus Lösungsanbietern und Handelspartnern erlaubt somit die flexible Umsetzung individueller Geschäftsmodelle und Multi-Channel-Konzepte. Seit 2010 ist die TheBakery GmbH ein vollständiges Tochterunternehmen der Intershop Communications AG, dem führenden Anbieter innovativer E-Commerce-Lösungen und -Dienstleistungen. Durch diese ideale E-Commerce-Symbiose profitieren unsere Geschäftspartner von individuellen Lösungen für einen E-Commerce mit allem, was dazugehört: der zentralen Order Management Plattform "Commerce Core" für systemweite, standardisierte Transaktionen, der erweiterten "Commerce Suite"-Komplettlösung mit integriertem Premium-Shopsystem und den zusätzlichen Serviceleistungen unserer ausgewählten Lösungsanbieter der "Commerce Suite Plus".

Intershop Communications AG (gegründet 1992; Prime Standard: ISH2) ist der führende unabhängige Anbieter innovativer und umfassender Lösungen für den Omni-Channel-Commerce. Das

Unternehmen bietet leistungsstarke Standardsoftware für den Vertrieb über das Internet sowie alle zugehörigen Dienstleistungen, inklusive des Online-Marketings. Darüber hinaus übernimmt Intershop im Auftrag seiner Kunden die gesamte Prozesskette des Online-Handels einschließlich Fulfillment. Weltweit setzen über 500 große und mittelständische Unternehmen und Organisationen auf Intershop. Zu ihnen zählen u. a. HP, BMW, Bosch, Deutsche Telekom und Mexx. Intershop hat seinen Sitz in Deutschland (Jena) und unterhält Niederlassungen in den USA, Europa, Australien und China.



TheBakery GmbH
Monbijouplatz 5, 10178 Berlin
Tel +49(0)30 288 588 – 0
Fax +49(0)30 288 588 – 10
contact@theberlinbakery.com
www.theberlinbakery.com