

## AdSuite Market: Alleskönner im Anzeigengeschäft

Unterschiedlichste Werbeformen für alle Kommunikationskanäle flexibel und einfach realisieren: Dafür steht AdSuite Market, der Alleskönner im Anzeigengeschäft. Wie leistungsstark die Softwarelösung aus dem Hause Rödermark ist, zeigten beim Kundentag die alfa-Experten Jörg Neuser und Stefan Pläß. Allen voran wurde deutlich: AdSuite Market punktet insbesondere durch die moderne, aufgeräumte Browserfläche. „Dafür werden wir bei allen Präsentationen sehr gelobt“, sagte Jörg Neuser und ergänzte: „Mit AdSuite Market haben wir ein zentrales Verlagswerkzeug, um alle Geschäftsvorfälle eines Verlages abrechnen zu können – und das mit einem integrierten Editor auch für Online-Anzeigen, unserem leistungsfähigen alfa Stylo.“ Weitere Pluspunkte sammelt AdSuite Market nach Angaben von Jörg Neuser und Stefan Pläß durch den Verlagskalender als smartes Übersichtswerk-

zeug für den Verkauf mit direkten Buchungsmöglichkeiten. „In Echtzeit“, wie Stefan Pläß herausstellte. Durch den Einsatz des Browsers, so betonten die beiden Software-Fachmänner, ist keine Softwareverteilung mehr notwendig. Alle Außenstellen sind performant angebunden, generell ist mobiles Arbeiten möglich. Im Speziellen ermöglicht darüber hinaus der Versand von Links zielgerichtete Arbeitsaufträge. Weiter berichteten Neuser und Pläß davon, dass der Mittelrhein-Verlag, Herausgeber der Rhein-Zeitung und ihrer Heimatausgaben, nunmehr erfolgreich den Live-Betrieb mit AdSuite Market aufgenommen hat. Mehr als 100 Anwender nutzen, so Neuser und Pläß, die Software und erfassen mehrere Hundert Aufträge am Tag. Darunter sind beispielsweise auch Promotionspakete wie Sommerspecials, Reimark und Weihnachtsgewinnspiel.

**alfa AdSuite Market**  
Modernes Anzeigenmanagement mit höchster Flexibilität für Kunden und Mitarbeiter

- Browserbasiert
- Responsive Design
- Moderne Benutzeroberflächen
- Integriertes CRM

# SPOTLIGHT

Kunden  
Partner  
Produkte  
News  
Termine



Kundentag 2017

Impulse.  
Ideen.  
Innovationen.

alfa Media blickt beim Kundentag selbstbewusst in die Zukunft

Mehr als 100 Besucher kommen zur Veranstaltung in Frankfurt-Niederrad und diskutieren gemeinsam die Herausforderungen und Chancen in der Verlags- und Medienwelt

**Niederrad.** Volles Haus in Frankfurt-Niederrad: Mehr als 100 Experten aus der Verlags- und Medienbranche haben sich zum diesjährigen Kundentag der alfa Media Partner GmbH traditionell erneut in Hessen getroffen. Erstmals war das Dorint-Hotel im Frankfurter Stadtteil Niederrad Schauplatz zum gemeinsamen Austausch und Netzwerken. Unter dem Motto „Zusammen. Zukunft. Schaffen.“ standen neue Entwicklungen im Hause alfa Media im Speziellen und künftige Herausforderungen der Branche im Allgemeinen im Fokus.

Nach einer Begrüßung der Gäste durch CEO Jens Emmerich und Head of Sales Rainer Lang nahm der internationale Top-Referent Gerriet Danz die Gäste mit auf eine Expedition rund ums Thema Innovation. Der anerkannte Experte schilderte auf beeindruckende Weise, welche Voraussetzungen nötig sind, um Kreatives leisten zu können. Sein Credo dabei: „Utopie macht Umsatz!“ Danz richtete einen Appell an die Gäste des Kundentags: „Sie müssen das Unmögliche denken, um das Mögliche zu schaffen.“

Was die alfa Media Partner GmbH seit dem Merger mit dem Softwarelieferanten red.web zu Beginn des Jahres bereits alles geschafft hat, zeigten im Anschluss die alfa-Mitarbeiter Sebastian Eiden, Rainer M. Wilbert und Jörg Neuser. In ihrer gemeinsamen Session mit dem Titel „Wir wachsen zusammen – Ihr Nutzen durch unsere Integration“ stellte das Trio den bereits sehr hohen Integrationsgrad von Redaktions- und Anzeigenmanagement, Seitenplanung und mobilem Arbeiten vor. Moderator Frank Puscher übergab anschließend das Wort an Gastredner Bernd Klebing. Der Chef vom Dienst des Main-Echos in Aschaffenburg berichtete anschaulich, wie die Redaktion in Unterfranken ihren Content und ihr Team mit dem Publishing Organizer steuert.

Nach Zeit zum Netzwerken in der Mittagspause ging es in der Session „Wir schaffen Potenziale – Verstärkte Leistung, verstärkter Nutzen“ um Reporting, neue Sprachtechnologien, nutzerbezogenen Content und Videomarketing. Für gute Laune unter den Besuchern sorgte vor allem der gemeinsame Vortrag von CEO Jens Emmerich und Oliver Andrich, Head of Development Content Systems. Wobei der Begriff „Vortrag“ hier eigentlich falsch gewählt ist, interagierten die beiden doch gekonnt erheiternd live mit Amazons virtueller Assistentin Alexa und stellten dabei das Produkt alfa Skills vor, das Verlagen neue Wege der verbalen Interaktion bietet. Beispielpfand diente hier ein interaktives Quiz, das sowohl im Publishing Organizer als auch in der MediaSuite im Handumdrehen erstellt werden kann. Starke Produkte zeigten darüber hinaus beispielsweise die alfa-Mitarbeiter Michael Herget und Stefan Pläß. Beeindruckend gleichermaßen: die App alfaBazaar (digitale Kleinanzeigen leicht gemacht) und AdSuite Market, das just beim Koblenzer Mittelrhein-Verlag in Betrieb genommen wurde. Rainer Lang und Rainer M. Wilbert widmeten sich dann alfa Stylo, dem Profi-Tool für alle Formen der Anzeigengestaltung. In diesem Zusammenhang wurde eine neue Website rund um den alfa Stylo vorgestellt,

und zwar als funktionales Tool, das sich leicht in bestehende Infrastrukturen einbinden lässt. Live gab es Einblicke in das Portal, das jede Menge Funktionen für moderne Medienhäuser vereint. Gerade rund ums Thema Upselling bietet das Konzept beeindruckende Möglichkeiten. Wer möchte, kann sich online ein Bild davon machen. Die Zugangsdaten können beim Vertrieb von alfa Media angefragt werden. In der letzten Session des Tages stellten Jens Emmerich, Oliver Andrich und Head of Consulting Michael Marcks unter der Überschrift „Wir machen Zukunft – Einblicke in die Innovationsschmiede“ die Roadmap für die ContentLine und die BusinessLine vor. „Wir hoffen, wir haben Ihnen Impulse mit auf den Weg geben können“, sagte CEO Jens Emmerich in seinen Schlussworten, bedankte sich für das zahlreiche Erscheinen und ergänzte abschließend: „Uns hat der Kundentag viel Spaß gemacht. Aus dem gemeinsamen Austausch ziehen wir viel Motivation für die nächsten Aufgaben, um weiterhin Ihr verlässlicher Partner in der Medienwelt zu sein.“

alfa Font des Monats

## Eurostile von alfamedia

das umfangreiche Schriftenpaket für Print, Online, ePub oder Mobile

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

- True-Type und Web-Fonts in WOFF
- attraktiver Preis
- uneingeschränktes Nutzungsrecht

## Unsere neue Mitarbeiterin – Verstärkung fürs Vertriebsteam



Susanne Obes bringt viel Erfahrung und Expertise mit

Kompetente Verstärkung fürs Vertriebsteam: Zum 1. Juli hat sich Susanne Obes der alfa Media Partner GmbH in Rödermark angeschlossen. Die neue Kollegin bringt viel Erfahrung aus der Medien- und aus der Softwarebranche mit. Nach ihrem Abitur studierte Susanne Obes Kunstgeschichte sowie

Journalismus und Technik der elektronischen Medien an der Universität in Karlsruhe. „Dank meiner Dozenten aus der Medienwelt, zum Beispiel dem SWR, hatte ich einen tollen Einstieg in die Branche und habe während und nach dem Studium etwa bei der SWR-Online-Redaktion und für die Badischen Neuesten Nachrichten gearbeitet“, erzählt Susanne Obes und ergänzt: „Durch Zufall bin ich danach bei einer Softwarefirma zunächst im Marketing und dann fließend im Vertrieb eingestiegen.“ Der Spaß an der Arbeit mit Kunden und Interessenten ist seitdem geblieben. Susanne Obes: „Ich bin froh, seit 2007 wieder in der Medienbranche tätig zu sein. Ideen mitzuentwickeln, Impulse weiterzugeben, Kunden und Interessenten beratend zur Seite zu stehen.“ Ihren neuen Job bei alfa Media interpretiert Susanne Obes als Schnittstelle zwischen den Verlagen und den Softwerkern. „Ich versetze mich gerne in die Anforderungen des Tagesgeschäfts hinein und suche gemeinsam mit den Technikspezialisten nach einer Realisierungsmöglichkeit, einer einfachen

und optimalen Lösung“, betont die sympathische Frau, deren Heimat in Alzenau unweit von Rödermark liegt. Mittlerweile ist die neue Kollegin im Schwäbischen sesshaft geworden, und zwar im Nordschwarzwald. Susanne Obes ist Familien- und Naturliebhaber gleichermaßen. „Ich koche gerne und probiere immer etwas Neues aus, leider mit manchmal mäßigem Erfolg bei meinen Testesserinnen, die viereinhalb und drei Jahre alt und höchst kritisch sind – außer es handelt sich um Obst, das kann dann noch so sauer sein. Aber eine Zwiebel im Essen ist vollkommen indiskutabel“, sagt Susanne Obes mit einem Schmunzeln. „Ansonsten bin ich so viel es geht draußen, sei es im eigenen Garten oder auf kleinen Ausflügen“, erzählt sie weiter. So kam ihr auch der Ausflug am Kundentag in den Palmengarten sehr entgegen. Wir freuen uns, Susanne Obes in unserem Team begrüßen zu dürfen, und heißen sie herzlich willkommen. Wer schon einmal Kontakt knüpfen möchte, kann ihr eine E-Mail an die Adresse [susanne.obes@alfamedia.com](mailto:susanne.obes@alfamedia.com) senden.

## Zahl des Tages:

71 + 24

Allein in Tschechien produziert die VLM täglich 71 verschiedene Tageszeitungen und 24 verschiedene Wochenausgaben mit dem Print Publisher aus Koblenz – im Schnitt sind das viele Hundert Seiten pro Tag, die insgesamt 4,7 Millionen Leser pro Tag erreichen.

Seit 2005 ist die VLM – Vltava Labe Media (ehemals VLP – Vltava Labe Press) – als größte Mediengruppe Tschechiens treuer Nutzer des Layoutwerkzeugs.

Mehrere Hundert Redakteure arbeiten an unterschiedlichen Standorten über gesamt Tschechien verteilt mit der Lösung aus dem Hause alfa Media.

## 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](mailto:info@alfamedia.com)

Verantwortlich für den Inhalt:  
alfa Media Partner GmbH

Redaktion:  
Sebastian Eiden

[www.alfamedia.com](http://www.alfamedia.com)

## Termine 2017

World Publishing Expo & Digital Content Expo  
Die Messe findet vom 10. bis 12.10.2017 in Berlin statt.

47th meetingplace of the global publishing community  
10-12 October 2017 | Messe Berlin  
DCX-expo.com WANIFRA Initiative IFRA-expo.com

## Interview: Entwicklungsleiter Oliver Andrich

Oliver Andrich ist Entwicklungsleiter „Content Applications“ und hat im Rahmen des alfa-Kundentags die Roadmap für die ContentLine vorgestellt. Im Gespräch mit unserer Redaktion fasst er noch einmal die Kernaussagen zusammen und schildert, auf was sich die Anwender von Publishing Organizer, Print Publisher und Atlas Asset Manager freuen dürfen.



**Frage:** Herr Andrich, beim Kundentag haben Sie von einem „erweiterten medienübergreifenden Editor“ und einer „Multi-Mandanten-Fähigkeit“ für den Publishing Organizer gesprochen? Erzählen Sie uns bitte: Was hat es damit auf sich?

**Andrich:** Schon heute hat der Publishing Organizer einen mehrkanalfähigen Editor, der es erlaubt, die unterschiedlichsten Kanäle gezielt mit Inhalten zu versorgen. Aufgrund der reichhaltigen Möglichkeiten stehen natürlich auch sehr viele Eingabefelder und Bereiche zur Verfügung, die nicht in allen Kanälen notwendig sind.

Aus diesem Grund haben wir uns dazu entschlossen, einen oft geäußerten Kundenwunsch umzusetzen, der es ermöglicht, pro Kanal sowohl die möglichen Textbereiche des Artikels als auch die notwendigen Felder zu definieren. Einher geht damit auch eine Erweiterung, die es erlaubt, auf Ebene der Kanäle neben den obligatorischen und fakultativen Feldern und Textbereichen eines Artikels auch die Mindest- und Maximallänge eines Textbereichs zu definieren.

Die Multi-Mandanten-Fähigkeit ist ebenfalls eine Kundenanforderung, die wir in unserer Software umsetzen werden. Zwar kann man schon heute durchaus getrennte Bereiche für Mandanten im Publishing Organizer einrichten, aber wir haben im Dialog mit den Kunden erkannt und verstanden, dass diese Möglichkeiten einerseits zu kompliziert in der Einrichtung und Administration sind und andererseits nicht weit genug gehen. Daher werden wir die Module Benutzeradministration und Publishing Organizer um Funktionen erweitern, die schon heute im Print Publisher vorhanden sind. Mandanten und Publikationen werden echte Objekte im Datenmodell des Publishing Organizer und können mit entsprechenden Zugriffsrechten belegt werden.

Weiterhin werden die Masken des Publishing Organizers so erweitert, dass man nur noch die Metadaten (Benutzer, Ressorts, etc.) im Zugriff hat, die durch die Einschränkung auf Mandanten- und Publikationsebene zur Verfügung stehen.

**Frage:** Als Sie vom Print Publisher sprachen, kam die Rede auch auf einen „Seitenroboter“. Was steckt denn da dahinter?

**Andrich:** Der Seitenroboter ist die logische Fortführung dessen, was wir mit dem Designmodus begonnen haben. Weiter ist der Seitenroboter auch eine Funktionalität aus NewsSuite, die ihren Einzug in den Print Publisher hält. Unter diesem Namen werden die Funktionen zum automatischen Layout, Umspiegeln und funktionsbasierten Platzieren von Inhalten zusammengefasst, die in den Modulen der ContentLine schon heute vorhanden sind, und um eine höhere Automatisierung ergänzt. Schon heute kann der Anwender Inhalte auf dem Merktzettel sammeln und diese mit einem Knopfdruck auf einer Musterseite platzieren. Weiter kann er durch Anwendung einer Musterseite eine bestehende Seite umspiegeln. Diese Funktionen werden nun auch auf dem Server zur Verfügung gestellt, sodass man aus der Planung heraus Seiten noch umfanglicher als bisher vorbereiten kann und zum Beispiel schon aktuelle Meldungen platzieren lässt. Der Seitenroboter wird dabei auch als eine Art „Umbruch“ für Inhalte nutzbar sein, sodass sich auf einer leeren Seite eine Auswahl an Kurzmeldungen einfach automatisch layouten, platzieren und umbrechen lässt.

**Frage:** Das Archivsystem Atlas Asset Manager war ebenso Thema. Diesbezüglich fielen Begriffe wie „Elastic Search“ und „Facetten-Suche“. Bitte klären Sie uns hier einmal auf: Was verbirgt sich hinter diesen Begriffen und welche Vorteile erhält der Anwender dadurch?

**Andrich:** Elastic Search ist die Grundlage für die Implementierung einer Facettensuche im Atlas Asset Manager, da es die Suche entsprechend beschleunigt. Mit einer Facettensuche – oder besser gesagt einer Facettennavigation – ist es möglich, ein Suchergebnis sukzessiv zu verfeinern und weiter einzugrenzen, sodass man sich sehr elegant eine Treffermenge erschließen kann und interaktiv zum gewünschten Suchergebnis kommt. Jeder von uns kennt eine Suche in Asset-Management-Systemen. Man gibt seine Parameter ein, schickt die Suche ab und bekommt potenziell ein sehr umfangreiches Ergebnis zurück. Nun kann man wieder zurück zur Suchmaske wechseln und weitere Kriterien hinzufügen, sodass sie eine kleinere Treffermenge erhalten. Aber durch diese Art und Weise ist das Verfeinern einer Suche durchaus mühsam und kann auch dazu führen, dass man interessante Treffer auf der x-ten Seite des Suchergebnisses übersieht, da man sie komplett entfernt hat.

Eine Facettensuche bzw. -navigation funktioniert so, dass sie ausgehend vom ersten sehr umfangreichen Suchergebnis Felder anbietet, um dieses Ergebnis weiter einzuschränken. So gibt es auch hier eine Ressort-Auswahlbox, aber diese beinhaltet nicht alle möglichen Ressorts, sondern nur Ressorts, die im aktuellen Suchergebnis referenziert werden. Oder eine Auswahlbox für Personen beinhaltet nicht mehr alle Personen, die dem System bekannt sind, sondern nur noch diejenigen, die im Suchergebnis referenziert werden. So kann man mit deutlich übersichtlicheren Formularen arbeiten, aber die Belegung der Auswahlfelder an sich ist auch schon eine Information, um neue Bezüge herzustellen.

**Redaktion:** Vielen Dank für das Gespräch.

## Interview: Produktmanager Michael Marcks

Beim Kundentag in Frankfurt-Niederrad gab auch Michael Marcks als Produktmanager „Business Applications“ einen Einblick in die Entwicklungsküche. Wir haben ihn im Anschluss zu einem Kurzinterview getroffen und gebeten, uns bei drei Fragen Rede und Antwort zu stehen.



**Frage:** Herr Marcks, in Ihrem Vortrag war von der „BusinessLine“ die Rede – ein neuer Begriff in der alfa-Welt. Was verbirgt sich hinter diesem Begriff?

**Marcks:** In der alfa-Produktwelt sprechen wir von der Content- und der BusinessLine. In der BusinessLine fassen wir alle Module, die mit der Erstellung, Vermarktung und Abrechnung von Werbematerial zu tun haben, zusammen. Für mich persönlich bedeutet die BusinessLine aber noch etwas ganz anderes: Premiumprodukte für Premiumkunden. Ich denke bei BusinessLine an einen entspannten Transatlantik-Flug, der mich perfekt auf den nächsten Geschäftstermin vorbereitet. Die BusinessLine stellt eben nicht nur Funktionen zur Verfügung, sondern lässt sich auch einfach und intuitiv bedienen – und sieht dabei noch super aus!

**Frage:** Sie haben live den alfa WebStore vorgestellt. Was steckt dahinter, was ist das Besondere daran – und wann steht er den Kunden von alfa Media zur Verfügung?

**Marcks:** Der alfa WebStore bietet Endkunden die Möglichkeit, ihre Anzeigen selbstständig online im Browser aufzugeben. Dafür nutzen wir unter anderem unseren Editor Stylo, der es auf einfachste Art

und Weise ermöglicht, ansprechende, kreative Motive zu generieren. Als Produktmanager finde ich dieses Projekt besonders spannend. Produkte für den Endkunden, den Leser, den Anzeigenkunden sind immer eine ganz besondere Herausforderung. Deshalb haben wir – zugegeben – auch etwas in die bekannten Stores von Google, Apple oder Amazon geschaut. So hat der Anwender sofort das Gefühl: Hier kenne ich mich aus. Zusätzlich haben wir hier die Herausforderung, für unsere aktuellen Sales-Point-Kunden in kurzer Entwicklungszeit einen adäquaten Nachfolger inklusive eines entsprechenden Migrationsszenarios zu implementieren. Deshalb stimmen wir uns mit diesen in der Entwicklungsphase auch eng ab.

**Frage:** Ein weiteres Thema in Ihrem Vortrag war BigVU – eine Software zum Erstellen professioneller Videos, und zwar auf einfachste Art und Weise. Sie sprachen davon, dass BigVU sowohl auf Redaktionsseite, aber auch für den Anzeigenbereich von großem Interesse sei. Wo liegt das Potenzial bei BigVU?

**Marcks:** Am besten einfach mal auf die Seite [www.bigvu.tv](http://www.bigvu.tv) schauen – und schon bekommt man in wenigen Augenblicken einen guten Eindruck über die Leistungsfähigkeit. Sie laden das Material (Video, Bild, Ton) einfach hoch und können mit wenigen Klicks ein professionelles Layout erstellen, das sofort an die großen Nachrichtensender erinnert. Und genau da hatte ich die Idee: In Zeiten, in der gute Werbung immer schwieriger und aufwändiger wird, warum nicht mal neue Wege gehen? Warum nicht – statt der bekannten Sonderangebote der Fleischerei „Um-die-Ecke“ – einfach mal ein Feature-Interview machen?

Kunden wollen, ja müssen informiert werden. Und es ist unser aller Aufgabe, für die Zukunft Werbung wieder als Nutzen zu transportieren. Wir wollen keine Bannerwerbung auf unseren Smartphones wegklicken, wir wollen lokale Informationen. Und dazu gehören natürlich auch die besten Angebote in meiner Umgebung.

**Redaktion:** Vielen Dank für das Gespräch.

## alfa Stylo: Profi-Tool für alle Formen der Anzeigengestaltung

Besucher des Kundentags lernen „Must-have“ für moderne Medienhäuser kennen

Interaktiv, digital, Print: Für alle Formen der Anzeigengestaltung hat das Team von alfa Media beim Kundentag in Frankfurt-Niederrad eine neue Website rund um den alfa Stylo vorgestellt – und zwar als funktionales Tool, das sich leicht in bestehende Infrastrukturen einbinden lässt. Live gab es Einblicke in das Portal, das jede Menge Funktionen für moderne Medienhäuser vereint.

Als Browser-Layout-Tool bietet der Stylo ein optimales Preis-Leistungsverhältnis. „Allein schon durch die Reduzierung von teuren Lizenzkosten, da keine klassischen Layoutwerkzeuge mehr vonnöten sind“, wie Rainer Lang, Head of Sales, bei seinem gemeinsamen Vortrag mit Rainer M. Wilbert beeindruckend unter Beweis stellte. Vor allem rund ums Thema Upselling bietet das Konzept beeindruckende Möglichkeiten, den Kunden eine Vielzahl von

höherwertig gestalteten Anzeigen vorzuschlagen. Das geht in Echtzeit und einfach per Knopfdruck. Vorgenommene Änderungen werden automatisiert in die Upselling-Muster übertragen, somit hat der Kunde sofort seinen realen Eindruck in unterschiedlichen Ausgabeformen zur Auswahl. Eine weitere Besonderheit liegt in der Gestaltung interaktiver Anzeigenmuster. Über die Visualisierung statischer Elemente der Anzeige stehen im digitalen Format diverse Interaktionen und Effekte zur Verfügung, damit wird eine User Experience der besonderen Art angeboten. Anzeigenmotive können gleichermaßen über Print, Online und für mobile Ausgabegeräte aus einem zentralen Werkzeug heraus generiert werden. Teure Spezialisten-Tools entfallen damit. Wer mehr wissen möchte, kann sich an alfa Media wenden und einen Test-Zugang anfordern.



# Kundentag Impressionen

