

«Wir sind optimal für die Zukunft gerüstet»

Die «Glarner Nachrichten» stellten als erste Schweizer Zeitung die gesamte Produktion auf Mac um. Heute, fast 20 Jahre später, beweist das Unternehmen erneut Pioniergeist. Somedia baut die gesamte Produktion auf Multi-Channel-Publishing um, zieht in ein neues Gebäude und setzt mit dem Churer Medienhaus ein Zeichen für die Zukunft.

314 Fenster, 273 Treppenstufen, 4 Stockwerke, 46 Toiletten und die Länge eines Fussballfeldes

Der imposante Betonbau am Stadtrand von Chur hat eine Nutzfläche von 8000 Quadratmetern. Das entspricht etwa der Grösse von 80 durchschnittlichen Einfamilienhäusern. Der Bau beherbergt allerdings auch 400 Personen – 320 von Somedia und 80 von der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW).

Das neue Medienhaus in Chur dürfte für Medien und grafische Produkte Vorbildcharakter haben. Zwar weniger durch dessen beeindruckende Bauweise als mehr durch sein Eingeständnis zur Zukunft der Medien. «Das Geschäftsmodell für eine sich im Wandel befindende Medienlandschaft und eine sich völlig veränderte grafische Industrie ist gefunden», ist man bei Somedia sicher.

Schmelziegel der Medien

Unter einem Dach vereinen sich TV-, Radio-, Print- und Online-Redaktionen. Der TV-Journalist begegnet der Radiomoderatorin genauso wie der Zeitungsredaktorin. So, wie ihre Leserinnen, Zuschauer und Zuhörer auf die Inhalte treffen.

Radio, TV, Zeitung oder Newsseiten: Die Medien sind so vielfältig wie ihr Konsum. Während dem Fernsehen wird das Tablet bedient, und es wird online gesurft, während das Radio läuft. Der Medienkonsum findet auf verschiedenen Kanälen und oft gleichzeitig statt.

Dieser Entwicklung wird Somedia gerecht. Nicht in erster Linie durch die geografische Nähe der Südost-

schweizer Medien und ihrer Produzenten, sondern vielmehr durch neue Werkzeuge und Prozesse.

«Wir haben einen grossen Schritt in die digitale, in die konvergente Medienproduktion gemacht.»

Produktion gemäss dem Zeitgeist

«Wir haben einen grossen Schritt in die digitale, in die konvergente Medienproduktion gemacht», sagt Fredy Bühler Leiter IT-Services bei Somedia. «Wir wollten der Vielfalt und der Gleichzeitigkeit des Medienkonsums nicht hinterher rennen müssen, sondern die Entwicklung aktiv mitgestalten.»





Dafür wurde die gesamte Produktion von Online- und Print-Inhalten zu einer Multi-Channel-Publishing-Umgebung umgestaltet. Flexibilisierung, Standardisierung und Automatisierung standen im Fokus und es wurden Werkzeuge und Produktionsprozesse gesucht, mit denen alle Produkte effizient und in konstant hoher Qualität produziert werden können. «Mit den gewählten Werkzeugen und Prozessen sind wir optimal für die Zukunft gerüstet, egal in welche Richtung sich der Medienkonsum bewegen wird», sagt Bühler.

«Mit den gewählten Werkzeugen und Prozessen sind wir optimal für die Zukunft gerüstet, egal in welche Richtung sich der Medienkonsum bewegen wird.»

Inhalte aus einem Guss

«Dank den zusätzlichen speziellen Entwicklungen von der Firma A&F können unsere Redaktionen heute mit einem einzigen Werkzeug alle unsere Medienkanäle beliefern: Tages- und Wochenzeitungen, Webportale,

Multi-Channel-Publishing bei Somedia

Im Einsatz stehen das Redaktionssystem Enterprise mit dem zentralen Cockpit ContentStation und dem Digital Asset Management System Elvis von WoodWing sowie Blattplanungs- und Inseratproduktionslösungen der Firma DIG. Zusätzliche Sonderentwicklungen vervollständigen den Multi-Channel-Publishing-Workflow. Zum Beispiel erfolgt die Themenplanung direkt aus der ContentStation, was durch die Anbindung an DeskNet ermöglicht wird. Daneben wurde für die direkte Publikation ins Newsportal eigens eine WoodWing-Schnittstelle zu Drupal 8 entwickelt. Als weitere Besonderheit gilt der MasterChannel, welcher die medienneutrale Erfassung von Artikeln ermöglicht.

Apps und Social Media», sagt Bühler. Im selben System kann die Redaktion auch ihre Einsätze planen, die Agenturmeldungen und -fotos überwachen und bearbeiten, im Archiv suchen oder Audio- und Video-Dateien für die Webportale und die Apps bestimmen.

Das Multi-Channel-Publishing-System wurde an die Besonderheiten von Somedia angepasst. Der Vielfalt der Südostschweizer Medien mit ihren regionalen Splits, rätoromanischen Ausgaben, Webportalen, Apps, Radio und TV musste Rechnung getragen werden. Nicht nur Inseratkombis stellten dabei eine grosse Herausforderung an die Konfiguration der Prozesse und Werkzeuge dar. «Es sind auch die Arbeitsabläufe oder die gestaffelte Umstellung als solches, die eine genaue und zuverlässige Planung erfordern», sagte Bühler.

Mit den neuen Werkzeugen und Prozessen wurde auch das Layout der «Südostschweiz» rundum geändert, und man zog in ein neues Medienhaus mit komplett neuer Radio- und Fernsehtechnik.

«Man benötigt aber auch einen Integrator, der kompetent und flexibel ist.»

Bei Projekten dieser Größenordnung und Diversität sind Mitarbeitende zentral, die einen solch kompletten Umbau zu 100% mittragen, engagiert ans Werk gehen und vor allem auch die vielschichtigen Prozesse der konvergenten Medienproduktion kennen, erklärt Bühler. «Man benötigt aber auch einen Integrator, der kompetent und flexibel ist», führt Bühler aus. «Einer, der bereit ist, neue Wege zu gehen. Einen Pionier. Den hatten wir damals, 1996, in der A&F gefunden und jetzt, 2015, auch wieder.» ■

somedia
MEDIEN
DER SÜDOSTSCHWEIZ

südostschweiz

Das Medienhaus der Südostschweiz

Somedia ist das führende Medienunternehmen in der Südostschweiz. Das Verlagshaus ist in Familienbesitz und versorgt über Print, Radio, TV und online die Menschen in der Südostschweiz mit Informationen, Wissen und Unterhaltung. Als Kompetenzzentrum für Kommunikation produziert und publiziert Somedia für Firmen, Drittverlage, Verbände und Behörden im Bereich Print, Video und Web. Insgesamt beschäftigt Somedia 930 Mitarbeiter.

www.somedia.ch | www.suedostschweiz.ch