

Technologie-Schmiede für Verlage

MSP ist seit mehr als 20 Jahren Technologie-Dienstleister für Verlage. Das Unternehmen hat den Wandel der Branche aktiv begleitet und unterstützt Medienhäuser beim Aufbau erfolgreicher E-Commerce-Systeme. Um der wachsenden Bedeutung der Subscription Economy gerecht zu werden, wurde eine neue Lösung geschaffen.

Digitalisierung und technologischer Wandel stellen Verlage vor eine Vielzahl von Herausforderungen. Sie müssen ihre Geschäftsmodelle neu denken, dafür ihre internen Strukturen aufbrechen und neu zusammensetzen sowie ihre Systemlandschaft modernisieren – und all das in der rasanten Geschwindigkeit, die der technologische Wandel diktiert. In diesem Zuge setzen immer mehr Häuser auf Kooperationen, entwickeln nicht mehr alles selbst, sondern gehen Herausforderungen im Verbund an.

Die *Nordwest-Zeitung* und der *Weser-Kurier* haben diesen Weg bereits vor mehr als 20 Jahren eingeschlagen und ihre IT-Abteilungen in dem neuen Unternehmen MSP Medien Systempartner zusammengeführt. Die Idee war es damals, für die beiden Gesellschafter und den Markt Synergien und Kostenvorteile auf allen Ebenen des IT-Betriebs und der IT-Entwicklung zu schaffen. Heute will MSP die Anstrengungen der Verlage zur Sicherung ihrer wirtschaftlichen Unabhängigkeit aktiv unterstützen. Das Unternehmen ist dabei nicht nur selbst Sparings-Partner und Berater, sondern setzt seinerseits auch auf Kooperationen, um verschiedene technologische Lösungen für den Verlags-Commerce anzubieten.

„Der Weg dahin war manches Mal steinig, Erfolge und Rückschläge wechselten sich ab“, berichtet Tim Greve, Geschäftsführer von MSP. „Wir haben allen Widrigkeiten getrotzt, uns nicht von unserem Weg abbringen lassen, uns immer weiterentwickelt und stets neu erfunden.“

Mit der Einführung des MSP-Tools VerlagsCommerce haben wir uns bei der Rheinpfalz für eine zeitgemäße Basis zur weiteren Automatisierung der Geschäftsprozesse im digitalen Shop- und Kundenservice-Umfeld unserer Lesermarktangebote entschieden.

*Clemens Schmidt,
Leitung Privatkundengeschäft und Vertrieb,
Rheinpfalz Verlag und Druckerei
GmbH & Co. KG*

MSP hat sich als SAP-for-Media-Systempartner für Verlage und Medienhäuser etabliert. Die Kunden des Unternehmens stehen angesichts der Marktentwicklung vor der Herausforderung, in bestehende SAP-Landschaften innovative Lösungen und Anwendungen zu integrieren. Die schnelle Taktung der Veränderungen, für die oft nicht die passenden Strukturen vorhanden sind, und die Berücksichtigung von Regulierungsaufgaben können die Häuser vor große Probleme stellen. MSP unterstützt Verlage deshalb nicht nur mit technologischen Lösungen, sondern auch beim Ausbau von Prozessmanagement-Kompetenz und innovativen Entwicklungsmethoden. „Wir überzeugen unsere Kunden davon, bei Neuentwicklungen und Veränderungsprozessen analog zu Kundenreaktionen und zum Erkenntnisstand beim jeweiligen Projekt schrittweise vorzugehen, und sich praxiserprobten Rüstzeugs aus der Startup-Szene zu bedienen“, erklärt Geschäftsführer Greve. „Das sogenannte MVP-Prinzip (Minimum Viable Product) beinhaltet die möglichst schnelle Entwicklung eines Produkts nur mit den absolut notwendigen Funktionen. Wir setzen das mit unseren Kunden meist im 80/20 Ansatz um, bei dem unsere Produkte häufig unverändert übernommen werden und mithilfe des Nutzer-Feedback schnell für Relevanz und Return on Investment sorgen. Die Bereitschaft unserer Verlagskunden ist deutlich gewachsen, diese agilen Vorgehensweisen gemeinsam aktiv einzusetzen, was Prozesse enorm beschleunigt.“



© MSP

Eine Aufgabe besteht beispielsweise darin, den mit der Generation Z einhergehenden Wandel der Arbeitsweise, der Medien- und Technologienutzung bei der Weiterentwicklung der Produkte zu berücksichtigen. MSP hat dafür intern passende Strukturen geschaffen: Auszubildende, Bachelor- und Masterstudenten arbeiten Seite an Seite mit erfahrenen SAP Media-Beratern. Dabei kommen langjährige Erfahrung, branchenspezifisches Wissen und Offenheit für neue Entwicklungen zusammen.

MIT KOOPERATIONEN MEHRWERTE SCHAFFEN

Ein weiterer Schlüssel zum Erfolg war, den immer häufiger zu beobachtenden kooperativen Ansatz in der Branche im eigenen Geschäftsmodell zu verankern. Medienunternehmen setzen verstärkt auf Zusammenarbeit, um flexibler, schneller und pragmatischer agieren zu können. „Für einen Mediendienstleister wie MSP bedeutet das, dass auch wir mit unserem Dienstleistungsnetzwerk wie beispielsweise den Kollegen des Gutenberg Rechenzentrums (Teil der Madsack

Mediengruppe, Anm. d. Red.) bei der marktnahen Anforderungs- und Prozessdefinition noch enger zusammenarbeiten“, so Greve.

Das Unternehmen setzt auf langfristige Entwicklungs- und Betriebspartnerschaften, anstatt alles selbst zu entwickeln. Partner sind beispielsweise die Leipziger Marketing-Agentur Zander an Lavendel und der Berliner Payment-Dienstleister Payconomy, mit denen zusammen bereits Projekte an Verlagsstandorten wie Freiburg, Regensburg, Ludwigshafen, Bremen und Oldenburg umgesetzt wurden. Jüngstes Mitglied im Netzwerk ist die GML Gesellschaft für Mobile Lösungen, deren Kompetenz in mobilen Außendienst-Apps für die Anwendung im Zustellbereich genutzt werden soll.

Die VerlagsCommerce-Lösung von MSP steht beispielhaft für eine solche Kooperation. „Das Produkt VerlagsCommerce erfordert eine hoch spezialisierte moderne Agentur, die wir mit Zander an Lavendel in Leipzig gefunden haben“, sagt Marco Barthel, Product Owner bei MSP und in dieser Funktion Ansprechpartner

Tim Greve leitet seit Mitte 2017 MSP Medien Systempartner in Bremen. Davor hatte er als Berater IT-, Prozess- und Strategie-Projekte für Medienhäuser und IT-Dienstleister umgesetzt, war zudem in Führungspositionen u.a. bei Axel Springer, Dell und News Datacom tätig

für Verlage. „Diese sind Experten für Magento. Sie entwickeln alle Frontend-Prozesse sowie die User Experience (UX) der VerlagsCommerce-Module und bilden die Brücke über SEO und SEA in die E-Commerce-Welt.“

Im Bereich Payment Subscriptions setzt MSP auf Payconomy aus Berlin. Das Unternehmen hat sich auf die Umsetzung von Subscription-Modellen mit Payment-Service-Providern spezialisiert. Barthel berichtet: „Damit wird eine Anbindung direkt an das SAP FI möglich, wodurch die Faktur beispielsweise direkt über PayPal abgewickelt wird.“ MSP sorgt bei solchen Projekten dafür, dass alle beteilig-



© CHRISTINA REHAGFF

IHR ANSPRECHPARTNER BEI MSP

Marco Barthel ist seit 2010 bei Medien Systempartner (MSP) in Bremen tätig. Bis 2013 war er in der Entwicklung von CMS, Subscriptions und Single-Sign-On (SSO) tätig. 2014 übernahm er die Projektleitung im Bereich Subscriptions und Paywalls.

Heute ist Barthel Product Owner der VerlagsCommerce-Lösung sowie der Point-of-Sale-Systeme und außerdem stellvertretender Teamleiter der Abteilung Beratung und Projekte.

Kontakt: marco.barthel@medien-systempartner.de

ten Experten auf dem gleichen Wissens- und Informationsstand sind. Der Dienstleister folgt dem Selbstverständnis eines „Single Point of Contact“, ist also aktiver Berater im Projekt und macht so Verlage SAP-fit für E-Commerce mit Magento über die standardisierte, aus eigener Hand entwickelte Schnittstelle MSP OVS-API.

NEUE LÖSUNG SORGT FÜR VERTRIEBSERFOLGE

Die Erfolgsmessung im Unternehmen geschieht anhand mehrerer Faktoren. Kundenzufriedenheit ist entscheidend, und damit verbunden auch das Ziel, die Partnerverlage zu Stammkunden zu machen. Mit dem Braunschweiger Zeitungsverlag arbeitet MSP bereits seit 2002 zusammen, ebenso mit der DuMont Mediengruppe in Köln und dem Verlag Nürnberger Presse. Seit 2003 zählen auch die *Rheinpfalz* in Ludwigshafen und der Mittelbayerische Verlag zum Kundenstamm. Seither wurden Projekte mit fast allen großen und mittleren Zeitungsverlagen in Deutschland umgesetzt. Seit 2018 konnte die Zusam-

*Tech-Expertise für Verlage:
Marco Barthel ist seit zehn Jahren bei MSP und betreut heute unter anderem die VerlagsCommerce-Lösung des Unternehmens*

menarbeit mit der Ippen Mediengruppe deutlich ausgebaut werden.

Zu den ersten Kunden der neuen VerlagsCommerce-Lösung zählte auch die *Nordwest-Zeitung*. Dort wurden vor kurzem zusammen mit Payconomy digitale Bezahlsysteme für Abo-Verkäufe eingeführt. Nach der Einführung des PayPal-Bezahlweges hat sich die Zahl der abgeschlossenen NWZ Online Abos signifikant positiv entwickelt und PayPal wurde innerhalb weniger Wochen zur dominierenden Zahlungsalternative gegenüber den bisher angebotenen. „Unsere grundsätzliche Einschätzung der positiven Effekte insbesondere auf die Conversion-Rate und den Vertriebs-



erfolg gerade bei Content-Angeboten hat sich schon vom Start weg bestätigt“, berichtet Geschäftsführer Greve. „Daneben ist es gelungen, im Abo-Service Prozesse so zu verschlanken, dass der Einsatz neben deutlichen Zeitersparnissen auch eine hohe Akzeptanz der Anwender erreicht hat.“

Auf Kundenseite kann Uwe Mork, Leitung Privatkundengeschäft NWZ Medien in Oldenburg, dies bestätigen: „Neben der erfreulichen Entwicklung der über den Abo-Shop abgeschlossenen Abonnements möchten auch die Mitarbeiter im Kundenservice und in der Geschäftsstelle nicht mehr auf das MSP-Tool verzichten. Die Auftragserfassung ist derart schnell, einfach und transparent, dass Erfassungsfehler der Vergangenheit angehören.“ Auch der Vertriebsleiter der *Mittelbayerischen Zeitung*, Sebastian Schmid, kann von sehr positiven Effekten im Web-Abo und beim E-Paper berichten: „Wir profitieren stark vom deutlich optimierten, mobilen Bestellprozess und der deutlich besseren Übersichtlichkeit.“ MSP versucht grundsätzlich, die eigene

Arbeit am wirtschaftlichen Nutzen für den Kunden auszurichten. „In einzelnen Projekten mag das mit weniger Umsatz für MSP einhergehen. Wir finden einfachere Lösungen, lassen die Glöckchen weg und werden schneller fertig. Insgesamt aber glauben wir so, langfristig erfolgreicher zu sein, weil wir klare Wertbeiträge für unsere Kunden leisten“, erklärt Greve. Diese Kundenorientierung verbunden mit einer Reihe weiterer Faktoren sind der Schlüssel der bisherigen Erfolgsgeschichte, ist der Geschäftsführer überzeugt: „Grundlage des MSP-Erfolgs sind unsere Mitarbeiter, ein stabiles Netzwerk externer Experten, mit denen wir zum Teil schon langjährig in Projekten zusammenarbeiten und die Bereitschaft zu einer partnerschaftlichen Kooperation mit unseren Dienstleistungspartnern und Kunden. Wir glauben: Nur gemeinsam kommen wir zu besseren Lösungen und zu geringeren Kosten mit einer hohen Betriebssicherheit. Kooperationen sind heute der Schlüssel zum Erfolg.“

Mit Kooperationen zum Erfolg: MSP setzt bei seinen Lösungen auf die Zusammenarbeit mit weiteren Dienstleistern und ist dabei Koordinations- und Schnittstelle zwischen allen beteiligten Parteien. Kooperation wird dabei auch im eigenen Unternehmen gelebt – zum Beispiel wenn junge und erfahrene Mitarbeiter bei der Projektentwicklung zusammenkommen