

Hochschule RheinMain  
Fachbereich Design Informatik Medien  
Studiengang Medieninformatik

Bachelor-Thesis  
zur Erlangung des akademischen Grades  
Bachelor of Science – B.Sc.

# **Konzeption und Entwurf eines workflowgesteuerten Systems zur Verwaltung von Textbausteinen für Informations- und Kommunikationsmedien**

vorgelegt von Markus Tacker  
am 11. April 2012

Referent Prof. Dr. Jörg Berdux  
Korreferent Prof. Thomas Steffen

## Erklärung gem. ABPO, Ziff. 6.4.3

Ich versichere, dass ich die Bachelor-Thesis selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe.

Offenbach am Main, 11. April 2012

Markus Tacker

## Verbreitung

Hiermit erkläre ich mein Einverständnis mit den im folgenden aufgeführten Verbreitungsformen dieser Bachelor-Thesis:

Einstellung der Arbeit in die Hochschulbibliothek mit Datenträger:	nein
Einstellung der Arbeit in die Hochschulbibliothek ohne Datenträger:	nein
Veröffentlichung des Titels der Arbeit im Internet:	ja
Veröffentlichung der Arbeit im Internet:	nein

Offenbach am Main, 11. April 2012

Markus Tacker

## Satz

Gesetzt mit  $\text{\LaTeX}$  / XeTeX

Schrift: Vollkorn<sup>1</sup> von Friedrich Althausen

## Diagramme

Erstellt mit Graphviz<sup>2</sup> und Google Docs<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>[http://friedrichalthausen.de/?page\\_id=411](http://friedrichalthausen.de/?page_id=411)

<sup>2</sup><http://www.graphviz.org/>

<sup>3</sup><https://docs.google.com/>

# Danksagung

## TODO

Ich danke

Carsten Fischer	UX Designer & Informationsarchitekt bei triplesense GmbH
Jorinde Gessner	Information Manager bei Ogilvy & Mather Deutschland GmbH
Jan Lochner	freier Multimedia-Producer
Sebastian Nell	Director of USE // Connected Products, Scholz & Volkmer GmbH
Marc Stenzel	Berater / Senior Projektmanager New Media bei media deluxe e.K.

die mir als Interviewpartner zur Verfügung standen.

## Zusammenfassung

Nahezu alle Informations- und Kommunikationsmedien haben eines gemeinsam: sie beinhalten Text. Obwohl viele Personen bei der Erstellung dieser Texte beteiligt sind, werden sie in der Regel in Office-Dokumenten verwaltet, meistens mit Word, bei großen Projekten kommt Excel zu Einsatz. Der Workflow von einem Bearbeiter zum nächsten erfolgt über den Austausch des Office-Dokumentes via E-Mail, Ticketsysteme oder sonstige System zum asynchronen Dateiaustausch wie z.B. Dropbox. Dieser Prozess ist aufwendig und fehleranfällig. Sobald mehrere Personen gleichzeitig an den Texten arbeiten, wird manuelles Eingreifen notwendig um die gemachten Änderungen zusammenzuführen. Aufgrund der Vielzahl der am Text beteiligten Personen sind Office-Dateien ein denkbar schlecht geeignetes Mittel um Texte und ihre Änderungen sauber und nachvollziehbar zu verwalten. Auch das Übertragen von Texten aus Office-Dokumenten ist eine Fehlerquelle – es ist stupides Copy&Paste. In den meisten Fällen müssen dabei im Dokument vorgenommene Formatierungen wie Umbrüche und Absätze entfernt werden um eine saubere Darstellung im Endprodukt zu gewährleisten. Gerade der Text ist der Bestandteil eines Informations- und Kommunikationsmediums, der oft bis zur letzten Minute geändert wird – egal wie viel Aufwand vorher in die Planung geflossen sind. Dies liegt unter anderem daran, dass Text im Gegensatz zu Grafiken, Fotos und anderen Multimedia-Elementen als einziger Informationsträger eindeutig ist und üblicherweise keinen Interpretationsspielraum offen lassen soll. So bietet er auch aus rechtlicher Sicht den problematischsten Bestandteil des Produkts.

Diese Bachelor-Thesis analysiert das beschriebene Problem und konzipiert einen passgenauen Workflow, der alle Beteiligten entsprechend ihrer Aufgabe und Anforderungen integriert. Als Proof-of-Concept wird eine webbasiertes Anwendung entworfen, die den konzipierten Workflow soweit abbildet, dass das Konzept am Beispiel einer Informationsbrochure überprüft werden kann.

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Problem-Analyse</b>	<b>I</b>
1.1	Definition . . . . .	I
1.2	Die besondere Rolle von Text in Informations- und Kommunikationsmedien	2
1.3	Das Werkzeug der Wahl zur Verwaltung von Text: <i>Microsoft Office</i> . . . . .	5
1.4	Office-Programme sind die falschen Werkzeuge . . . . .	6
1.5	Beispiele aus der Praxis . . . . .	7
1.5.1	MAN Truck & Bus AG: Texte für mobile Vertriebssoftware . . . . .	7
1.6	Schlussfolgerung . . . . .	7
<b>2</b>	<b>Konzeption eines an die spezifischen Probleme angepassten Workflows</b>	<b>7</b>
2.1	Vorraussetzung / Abgrenzung . . . . .	7
2.2	Textspezifische Aufgaben . . . . .	8
2.3	Workflow . . . . .	9
2.4	Beschreibung der notwendigen Funktionalität . . . . .	10
2.5	Nachteile/Risiken des Konzepts . . . . .	10
2.6	Personas . . . . .	10
2.6.1	Texter . . . . .	10
<b>3</b>	<b>Entwurf einer Anwendung</b>	<b>II</b>
3.1	Überblick . . . . .	II
3.2	Schnittstellen . . . . .	12
3.3	Grundüberlegung zu einer GUI . . . . .	12
<b>4</b>	<b>Implementierung des Konzepts</b>	<b>13</b>
4.1	Abgrenzung . . . . .	13
4.2	Beschreibung der gewählten Umsetzung, Komponenten . . . . .	13
4.3	Anwendung der Umsetzung am Beispiel des Studiengangsflyers . . . . .	13



# 1 Problem-Analyse

In diesem Abschnitt werden die Probleme beschrieben, die bei der Erstellung von Informations- und Kommunikationsmedien in Zusammenhang mit den dargestellten Texten auftreten. Nach der Definition der im Rahmen dieser Bachelor-Thesis verwendeten Begriffe wird die Besonderheit von Text erläutert, typische Probleme aufgezeigt und mit Beispielen aus der Praxis belegt.

## 1.1 Definition

In dieser Bachelor-Thesis werden bestimmte allgemeine Begriffe und deren Synonyme verwendet, deren konkrete Bedeutung im Kontext dieser Arbeit wie folgt definiert ist:

**Workflow (Ablauf)** Die Automatisierung eines Business-Prozesses, als Ganzes oder in Teilen, in welchem Dokumente, Informationen oder Aufgaben entsprechend einer Menge von prozeduralen Regeln von einem zum anderen Teilnehmer zur Bearbeitung weitergegeben werden [2, S.8]. Allgemein lässt sich sagen, dass ein Workflow aus den zum Erreichen eines Zieles nötigen Arbeitsschritten besteht.

**Medium (Medien-Produkt, Produkt)** Medien sind physische oder elektronische Informationsträger. Diese Bachelor-Thesis beschäftigt sich vor allem mit Informations- und Kommunikationsmedien und hierbei vor allem mit Massenkommunikationsmitteln, sowohl physischer als auch technischer Natur (vgl. [1, S.199–201]). Dies können z.B. Marketingmedien wie Broschüren oder Fernsehwerbespots sein aber auch softwarebasierte Produkte wie eine Smartphone-Anwendungen oder eine Internetseiten.

**Text (Textbaustein)** Damit sind die kleinsten sinnvoll identifizierbaren Bestandteile gemeint, aus denen sich der Text eines Produktes zusammensetzt. Dies sind in der Regel einzelne Sätze bei Druckmedien, können aber auch einzelne Worte sein, wie z.B. die Beschriftung einer Schaltfläche in einer Anwendung.

**Agentur** Ein Unternehmen das Medien erstellt. In der Regel sind dies Werbeagenturen, Medien-Produktionsfirmen oder Software-Systemhäuser.

**Projekt** Die Erstellung von Medien erfolgt in Agenturen in Projektarbeit. Projekte sind zeitlich begrenzt und vereinen zielgerichtet die zur Erstellung des Produktes beteiligten Mitarbeiter und Ressourcen.

**Kunde** Ein Unternehmen das Agenturen mit der Erstellung von Medien beauftragt.

**Werkzeug (Anwendung)** Eine Software, die eine spezielle Funktion erfüllt. Adobe Photoshop ist ein Werkzeug zur Bearbeitung von Bildern.

## 1.2 Die besondere Rolle von Text in Informations- und Kommunikationsmedien

Es existieren nahezu keine Medien, die ohne Texte auskommen, denn Text ist im Gegensatz zu Grafiken, Fotos oder Animationen ein eindeutiger Informationsträger und unterliegt viel weniger stark einer Interpretation durch den Rezipienten eines Mediums als die symbolisierte oder stilisierte Darstellung von Informationen in audiovisuellen Medien. Text wird in der Marketing-Kommunikation als Unterstützung der zu übermittelnden Information verwendet. Hat man die Aufmerksamkeit des Betrachter eines Produkts erlangt, liefert Text weitere Informationen zum Produkt, er dient dazu, die emotionale Botschaft zu erläutern und zu präzisieren. Auch aus rechtlichen Aspekten ist Text aus den genannten Gründen der einzige verbindliche Informationsträger – bestes Beispiel hierfür ist das sogenannte „Kleingedruckte“, dass sich gerade bei inhaltlich sehr stark komprimierten Werbeformen, wie z.B. Plakat- oder Fernsehwerbung, findet. Ist die Textmenge, die in der Marketing-Kommunikation zum Einsatz kommt, noch überschaubar, gibt es doch Medien die hauptsächlich aus Text bestehen. Hierunter fallen klassische Druckerzeugnisse wie Broschüren und Kataloge oder Produkte der Unternehmenskommunikation wie Jahresberichte und Pressemeldungen. Besonders digitale Medien werden oft mit großen Textmengen versehen – von der einfachen Produkt-Microsite, über Werbemittel wie Newsletter bis zur Unternehmenswebsite – die Möglichkeit Inhalte hierarchisch zu strukturieren und sogar über eine Suche zugänglich zu machen hebt eine Limitierung des Umfangs, wie bei Druckprodukten, praktisch auf.

Betrachtet man die Abläufe von Projekten, in deren Verlauf Medien erstellt werden, lassen sich bezüglich der Textbestandteile dieser Produkte immer wieder sehr ähnliche Vorgehensweisen und Besonderheiten beobachten. Aufgrund der verbindlichen Natur von Text sind an der Erstellung der Texte für das Medium mehr Personen beteiligt, als es z.B. für die Gestaltung, der Auswahl von Bildmaterial oder für die Programmierung der Fall ist, da er sehr viele verschiedenen Kriterien erfüllen muss. Tabelle 1 auf Seite 4 listet exemplarisch eine typische Gruppe von Personen auf, die im Verlauf eines Projektes Einfluss auf den Text eines Produktes haben. Dieser Einfluss wird dabei in der Regel nicht in einer sinnvollen Reihenfolge und im Sinne des geplanten Projektverlaufes ausgeübt. Gerade auf die Mitarbeiter auf Kundenseite haben Agenturen keinen Einfluss; in Projektplänen lassen sich zwar verbindliche Termine für die Lieferung von Texten des Kunden festlegen, dies verhindert



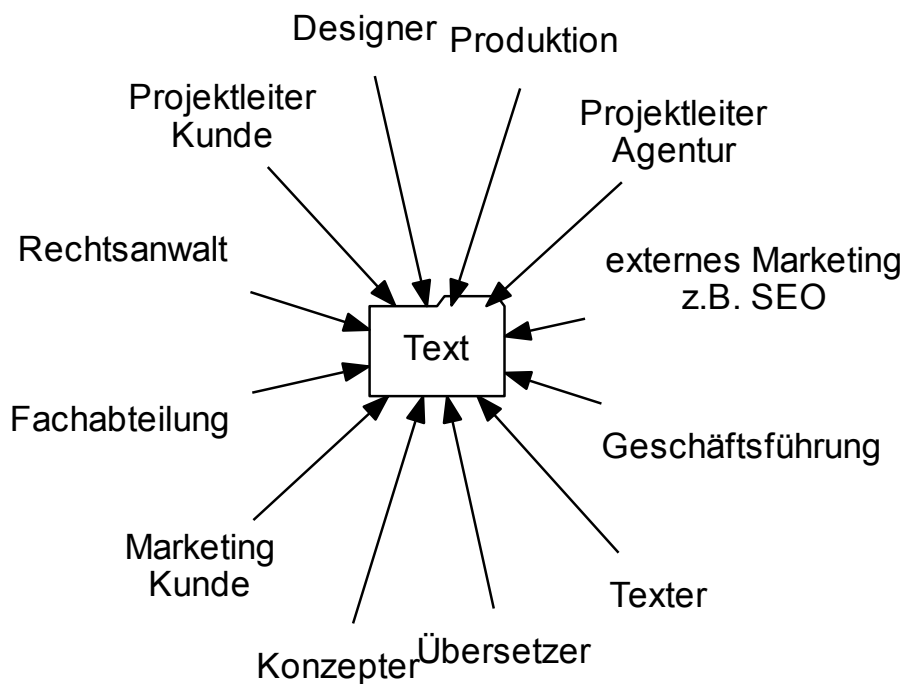


Abbildung 1: Bei der Erstellung von Texten beteiligte Personen

aber keinesfalls, dass zu einem späteren Zeitpunkt Änderungen notwendig werden – Hinweise von Anwälten sollten im besten Fall *vor* einer Übersetzung vorliegen, richtet sich aber nach ihren eigenen Terminplänen. Auch die Kriterien wie Text beeinflusst wird, sind sehr vielfältig: Im Entwurf und in der Umsetzung der Produkte legen Designer, Architekten und Produzenten die Struktur von Text wie Art der Ansprache, maximale Wortlänge, Anzahl der Wörter einer Überschrift fest oder diese werden durch das verwendete Medium vorgegeben, Texter legen die Inhalte fest, die wiederum durch Wünsche des Kunden beeinflusst werden; das Lektorat, Fachabteilungen und Anwälte begutachten die Texte dann bezüglich der jeweils erforderlichen Korrektheit.

Wie man Tabelle 1 entnehmen kann, existieren vielfältige Einflussmöglichkeiten auf die Gestaltung von Texten für Medien die sich auf viele Verantwortliche verteilen. Der Grund dafür ist, dass alle Beteiligten jeweils spezifisches Fachwissen in den Text einfließen lassen, seien es gestalterische Aspekte, die Einfluss auf die Struktur haben, oder das Wissen über

<b>Kriterium</b>	<b>Art</b>	<b>Verantwortlich</b>	<b>Organisation</b>
Aufgabenverteilung	Mitarbeiter	Projektleiter	Agentur
Zielgruppe	Struktur	Informationsarchitektur	Agentur
Umfang, Satzlänge	Struktur	Art-Direktion	Agentur
Länge einzelner Wörter	Struktur	Programmierer	Agentur
Information	Inhalt	Texter	Extern
Orthographie	Korrektheit	Lektorat	Extern
Übersetzung	Sprache	Übersetzungsbüro	Extern
Suchmaschinen-Optimierung	Inhalt	SEO-Experte	Extern
Aufgabenverteilung	Mitarbeiter	Projektleiter	Kunde
Fachliche Aspekte	Korrektheit	Fachabteilung	Kunde
Rechtliche Aspekte	Korrektheit	Rechtsanwalt	Kunde
Werbeaussagen	Inhalt	Marketingabteilung	Kunde
...	...	...	

Tabelle 1: Kriterien von Textbausteinen und verantwortliche Personen

exakte technische Abläufe, die nur Spezialisten in den Fachabteilungen auf Kundenseite bekannt sind. Dieses Expertenwissen kann nicht für die meist kurze Projektlaufzeit an die umsetzenden Agentur vermittelt werden. Es ist also unvermeidlich, dass Text während des gesamten Projektverlauf geändert werden kann. Neben den Einflüssen durch Experten gibt es auch projektbedingte Einflüsse auf Text in letzter Minute. Sind in Texten Informationen enthalten sind, die einen zeitlichen Aspekt abbilden, ergeben sich durch Verzögerungen im Projekt automatisch Änderungsanforderungen. Ein Beispiel sind Gewinnspiele: Verschiebt sich durch Probleme während dem Projekt der Zeitpunkt, ab dem ein Produkt beim Rezipienten vorliegt, müssen auch eventuell knapp kalkulierte Gewinnspieltermine angepasst werden. Ein weiterer Grund für vielfältige Textänderungen im Verlauf eines Projektes ist die Erwartungshaltung des Kunden – da es Kunden aus ihrem eigenen Arbeitsalltag gewöhnt sind, mit Textverarbeitungsprogramme zu arbeiten, und sie so aus eigener Erfahrung vermeintlich wissen dass Texte schnell geändert sind, erwarten sie auch, dass die Texte im Produkt bis zum Schluss geändert werden können; ihnen ist nicht bewusst, dass vom ursprünglichen Text im Quelldokument bis zur Darstellung im fertigen Produkt viele aufwändige Arbeitsschritte nötig sein können.

In diesem Abschnitt wurde gezeigt, dass Texte in Medien durch viele Personen und über den gesamten Verlauf eines Projektes geändert werden können. Im nächsten Abschnitt wird erläutert, wie der Austausch über diese Textänderungen erfolgt und welche Probleme dabei entstehen.

### 1.3 Das Werkzeug der Wahl zur Verwaltung von Text: *Microsoft Office*

Zur Abbildung der komplexen Abläufe bei der Erstellung von Informations- und Kommunikationsmedien liefern etablierte Software-Hersteller passende Lösungen. auch speziell für Texte: Mit *InCopy* liefert *Adobe* eine „Lösung für Texterstellung und -bearbeitung, die aufgrund der engen Integration mit *Adobe InDesign*® CS5.5 effektivere Zusammenarbeit zwischen Redakteuren und Layoutern ermöglicht“<sup>4</sup> und die *Content Station* von *Woodwing* „ist [...] eine einzige Oberfläche für alle Schritte des Publishing-Prozesses. [...] Unter Nutzung der Desktop- oder der Web-Version können die Team-Mitglieder unabhängig ihres Aufenthaltsorts mitarbeiten“<sup>5</sup> – um nur zwei Beispiele zu nennen. Doch obwohl spezialisierte Werkzeuge existieren finden man diese in Agenturen nur selten – das Werkzeug der Wahl zur Verwaltung der Texte ist in den allermeisten Fällen eine in der Agentur vorhandene Textverarbeitungs- oder Tabellenkalkulationssoftware, in den allermeisten Fällen handelt es sich dabei um den Marktführer in diesem Bereich, *Microsoft Word* oder *Excel*. Angesichts des komplizierten Workflows in Projekten und dem Vorhandensein dafür speziell entwickelter Werkzeuge, ist der Einsatz von *Word* oder *Excel* statt dessen fragwürdig und muss genauer betrachtet werden.

Textverarbeitungsprogramme verfügen über viele der für den Text-Workflow benötigten Funktionen:

- Strukturierung von Texten
- Rechtschreibkorrektur für alle gängigen Sprachen
- Kommentarfunktion
- Änderungsfunktionen (Nachverfolgen, wer was geändert hat)
- Möglichkeit zur hierarchischen Strukturierung der Texte in Seiten, Kapitel und Abschnitte
- Möglichkeit zum Anlegen eines Inhaltsverzeichnisses (in *Word*) die tabellarische Ansicht in *Excel* ermöglicht eine übersichtliche Darstellung, meist mit der Originalsprache in der ganz linken Spalte, pro Zeile ein Text, die Übersetzungen dann in den weiteren Spalten
- Export-Funktion nach PDF
- Globales Suchen und Ersetzen

---

<sup>4</sup> (<http://www.adobe.com/de/products/incopy.html>)

<sup>5</sup> <http://www.woodwing.com/de/cross-media-publishing-how-it-works>

- Formatierungsfunktionen (fett, kursiv, farblich) zum Hervorheben von wichtigen Passagen oder Markieren von Todos, etc.
- Setzen von Hyperlinks (für Web-Projekte)

Auch im Hinblick auf nicht-funktionale Aspekte bieten Textverarbeitungsprogramme einige Vorteile, sind sie doch in den allermeisten Unternehmen der Standard zur Textverarbeitung und sogar plattformunabhängig verfügbar – zumindest existiert die Möglichkeit das Microsoft Office-Dateiformat auf allen Plattformen zu bearbeiten. Da bei allen Projektbeteiligten eine Installation von *Microsoft Office* vorausgesetzt werden kann, werden sie zu „leichtgewichtige“ Werkzeugen, die vom Anwender keine zusätzlichen Aufwände z.B. bei der Installation oder Eingewöhnung erfordern. Selbst auf Plattformen, die von *Microsoft Office* nicht offiziell unterstützt werden (z.B. Linux) existieren Programme mit denen das Office-Dokumenten-Format geöffnet und bearbeitet werden kann. Als Standard-Software im Business-Bereich sind alle Beteiligten an diese Software und ihre Funktionen gewöhnt, eine möglicherweise Aufwändige Einweisung in ein weiteres Werkzeug entfällt. Office-Dateien sind einfach auszutauschen – in Unternehmen werden die Dateien in der Regel auf einem Netzwerk-Laufwerk gespeichert. Zum Bearbeiten legt man sich eine lokale Kopie an und arbeitet in dieser Datei. Anschließend kopiert man die neue Version, meist unter Einhaltung eines bestimmten Benamungsschemas, wieder auf dem Netzlaufwerk ab. Hier können Konflikte auftreten (wenn zwei Personen gleichzeitig an der selben Datei arbeiten), diese müssen dann manuell gelöst werden. Wird die Datei direkt vom Netzlaufwerk geöffnet wird diese gesperrt und kann nur von einer Person bearbeitet werden.

Aufgrund der scheinbaren Vorteile der Office-Suite wird diese zu Beginn eines Projektes als geeignet angesehen und als Werkzeug für die Erfassung, Definition und Übersetzung der Texte eines Projektes ausgewählt. Im alltäglichen Gebrauch treten viele Probleme gerade im Bereich des gemeinsamen Bearbeitens, paralleler oder nachträglicher Änderungen und der Übertragung der fertigen Texte in den Produktionsprozess auf. Die im Verlauf des Projekts auftauchenden Probleme werden dann als gegeben akzeptiert, da man „nun“ damit zurecht kommen muss, um den Verlauf des Projektes nicht zu verzögern. Bei neuen Projekten wird aber die gleiche Entscheidung wieder getroffen.

## 1.4 Office-Programme sind die falschen Werkzeuge

Der Grund, warum Office-Programme wie *Word* und *Excel* verwendet werden ist der, dass keine dedizierten Lösungen existieren, die explizit die genannten Abläufe in der Textverarbeitung abbildet. Es existieren vielen Produkte aus dem Bereich der Projektverwaltungswerkzeuge, Mediendatenbanken oder Content-Management-Systemen die die Prozesse rund um die Erstellung von Informations- und Kommunikationsmedien vereinfachen, aber keine kann die genannten Probleme und Abläufe zufriedenstellend abbilden.

## 1.5 Beispiele aus der Praxis

Die Analyse des Problems basiert auf Interviews mit Menschen, die in ihrem Arbeitsalltag regelmäßig mit Texten zu tun haben. In diesen Interviews wurden die Personen nach ihren Erfahrungen in der Projektarbeit bezüglich Texten befragt und gebeten die aus ihrer Sicht am häufigsten auftretenden Probleme zu nennen.

### 1.5.1 MAN Truck & Bus AG: Texte für mobile Vertriebssoftware

Markus Rüb ist als Projektleiter bei der MAN Truck & Bus AG mit der Einführung von Tablet-PCs als Vertriebshilfsmittel betraut.

## 1.6 Schlussfolgerung

## 2 Konzeption eines an die spezifischen Probleme angepassten Workflows

### 2.1 Vorraussetzung / Abgrenzung

Content-Management-Systeme bzw. Redaktionssystem können einen Teil der Aufgabe abbilden, sind aber i.d.R. ungeeignet (z.B. kein Workflow), keine Context-Informationen hinterlegbar.

Alle genannten Produkte haben gemeinsam, dass ihre Erstellung in der Regel die Zusammenarbeit vieler Personen erforderlich macht. Beobachtet man den Prozess, kann man feststellen, dass es sechs verschiedene Rollen rund um die Texterstellung gibt, die ein Mitarbeiter einnehmen kann; zum Teil übernimmt eine Person dabei auch die Aufgaben mehrerer Rollen:

1. Der **Informationsarchitekt** (oder Konzepter) legt die Struktur eines Produktes fest und damit auch die Art und Menge des benötigten Textes,
2. der **Texter** verfasst die Texte,
3. der **Übersetzer** überträgt die Texte in weitere Sprachen,
4. der **Qualitätsmanager** überwacht die Ergebnisse der Prozesse,
5. der **Produktbesitzer** (oder Kunde) ist für die fachlichen und rechtliche Aspekte, sowie das Festlegen der zeitlichen Rahmenbedingungen verantwortlich,

6. der **Produzent** ist für die Erstellung des eigentlichen Produktes verantwortlich.

Alle Rollen haben im Verlauf eines Projekts, zu unterschiedlichen Zeiten und mit unterschiedlichem Gewicht, Einfluss auf die Gestaltung der Texte. Es existieren auch Abhängigkeiten zwischen den Rollen, so kann ein Übersetzer erst arbeiten, wenn der Text vorliegt und vom Produktbesitzer abgenommen wurde; wird aber zu einem späteren Zeitpunkt der Text geändert, muss auch wieder der Übersetzer neu beginnen.

## 2.2 Textspezifische Aufgaben



Abbildung 2: Operationen bei der Erstellung von Texten

Betrachtet man die Arbeiten in Zusammenhang mit Text lassen sich diese in 6 eigenständige Operationen unterteilen:

1. Durch **Definieren eines Textbausteines** wird festgelegt, wie der benötigte Text beschaffen sein muss. Die Aussage „Wir brauchen an dieser Stelle eine Überschrift“ ist ein Beispiel für diese Operation. Sie legt fest, wie der Textbaustein gestaltet werden muss, um die ihm zugedachte Aufgabe zu erfüllen. Neben der Angabe zur Platzierung auf dem Medium durch „an dieser Stelle“ wird implizit durch „eine Überschrift“ eine Angabe zur inhaltlichen und visuellen Gestaltung getroffen; Überschriften sollen kurz und knapp sein und ihre visuelle Gestaltung wird durch den Styleguide des Projektes festgelegt.
2. Das **Schreiben eines Textes** befüllt einen Textbaustein mit einem Text in einer Sprache. Bei diesem Vorgang wird der Text entsprechend der Vorgabe aus der Beschreibung als Original erstellt oder aus Quellen außerhalb des Projektes kopiert und eingefügt.
3. In der **Korrektur** wird der Text inhaltlich und grammatikalisch überprüft und entsprechend angepasst. Der Korrektor muss dabei für eine grammatikalische Überprüfung des Textes kein Fachwissen bezogen auf das Projekt haben. Ist dieses Fachwissen vorhanden, kann eine inhaltliche Korrektur vorgenommen werden.
4. In der **Qualitätskontrolle** wird der Text dahingehend überprüft, ob er den Anforderungen gemäß der Beschreibung und inhaltlichen Vorgaben, auch hinsichtlich des gesamten Projektes entspricht.

5. Durch die **Freigabe** wird der Text abgenommen und kann nun in das Endprodukt übernommen werden.
6. Durch die **Veröffentlichung** wird der Text in das Endprodukt eingebracht.

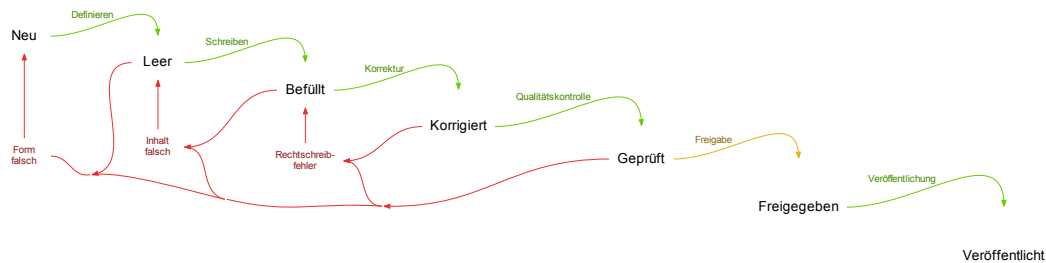


Abbildung 3: Operationen bei der Erstellung von Texten mit Qualitätskontrolle

Diese Operationen werden auch 1:1 auf die übersetzte Version eines Textes angewendet.

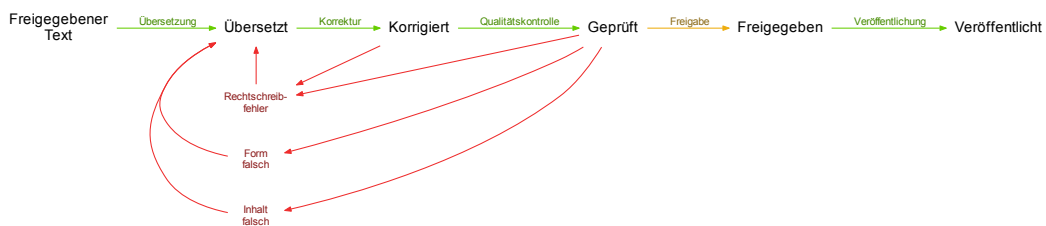


Abbildung 4: Operationen bei der Übersetzung von Texten mit Qualitätskontrolle

## 2.3 Workflow

Beschreibung des optimalen Workflows und die Rolle der Beteiligten

Innerhalb der Anwendung wird das Projekt angelegt und die dafür benötigten Textbausteine definiert. Hierbei können detaillierte Angaben zu deren Eigenschaften gemacht werden, z.B. über den Verwendungszweck oder die maximal Länge. Die einzelnen Textbausteine werden bei diesem Vorgang entsprechend dem Aufbau des Endproduktes in eine Reihenfolge gebracht und hierarchisch angeordnet. So wird eine leichte Orientierung und Zuordnung der Text zum Endprodukt möglich.

Nachdem die benötigten Textbausteine definiert wurden, werden diese durch Texter befüllt. Für Texter stellt die Anwendung Hilfsfunktionen zur Verfügung. Dazu zählen Informationen wie Zeichenlänge und Wortanzahl und Rechtschreibkorrektur mit Wörterbuch.

Sobald die Texte hinterlegt wurden durchlaufen sie die Qualitätskontrolle durch andere Mitarbeiter des Projektes und anschließend den Freigabeprozess beim Kunden. Wurden die Texte freigegeben, können die zusammengestellten Texte in das Endprodukt übernommen werden.

Alle Vorgänge werden innerhalb der Anwendung protokolliert und sind so für jeden Beteiligten leicht nachvollziehbar. Aufgaben können automatisch aufgrund von Änderungen erzeugt werden, oder von Mitarbeiter angelegt werden. So wird sichergestellt, dass alle Projektmitarbeiter jederzeit über ihre Aufgaben bezüglich der Texte informiert sind, bei Änderungen die verantwortlichen Mitarbeiter informiert werden. Dadurch wird es möglich auch bei Korrekturen in letzter Minute diese Änderungen gezielt und transparent zu übernehmen.

## **2.4 Beschreibung der notwendigen Funktionalität**

Unterteilung in Muss- und Kann-Kriterien

## **2.5 Nachteile/Risiken des Konzepts**

## **2.6 Personas**

Vorstellung (basierend auf Interviews mit realen Personen), Analyse des Konzepts in Bezug auf Personas

### **2.6.1 Texter**

Copywriter sind die eigentlichen Texter, die lediglich Text erstellen, für die kein Fachwissen nötig ist, oder dieses schon vorliegt. Copywriter können Spezialwissen bezüglich SEO haben. Redakteure sind für die Gesamtheit der Texte verantwortlich und stellen sicher, dass globale Vorgaben erfüllt werden. Journalisten erstellen Texte, die auf Recherchen basieren. Diese Texte unterliegen der Sorgfaltspflicht, Quellen müssen nicht genannt werden.



### 3 Entwurf einer Anwendung

Diese vier Leitlinien repräsentieren die Grundgedanken bei der Entwicklung von der Anwendung:

- Das wichtigste zuerst: Die aktuelle Aufgabe soll immer im Fokus der Darstellung liegen.
- Schnell zum Ziel: Alle Aufgaben müssen leicht und unkompliziert durchführbar sein.
- Nicht nerven: Ständige Benachrichtigungen lenken ab und müssen deswegen so gestaltet sein, dass diese sich nach den Präferenzen des Nutzers richten.
- Hilfe nur einen Klick entfernt: Das Hilfesystem muss kontextsensitiv verfügbar sein und ist eine Kernfunktion der Anwendung

#### 3.1 Überblick

Diese Abbildung liefert einen Überblick über den Aufbau des Systems:

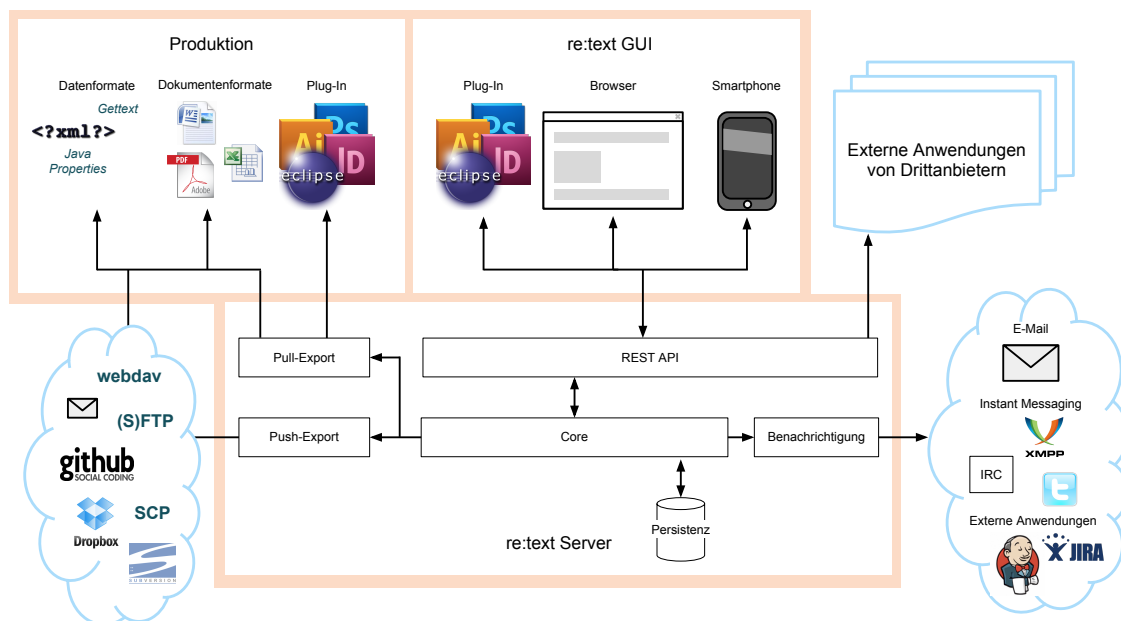


Abbildung 5: Aufbau des Systems

Die Zentrale Komponente der Anwendung bildet der Server. Für die Benutzer erfolgt der Zugriff mit Hilfe einer GUI, die mit der REST-API des Servers kommuniziert. In der er-

sten Version wird eine browserbasierte GUI auf Basis von HTML5 und JavaScript existieren, die auch schon auf Smartphones verwendet werden kann. Später kommen dann spezielle Plugins für Adobe-Produkte und weitere wichtige Produktionsumgebungen hinzu. Auch native GUIs für Smartphones verwenden die gleiche API. Die Schnittstellen können auch von Drittanbietern dazu verwendet werden, eigenen Clients für das System zu entwickeln. In die Endprodukte gelangen die Texten über den Export, exportiert wird dabei in viele Formate, neben Datenformaten wie z.B. XML werden auch Dokumentenformate wie z.B. Word exportiert. Der Export kann durch den Anwender erzeugt werden (*Pull-Export*), aber auch automatisch, z.B. nach festgelegten Zeitplänen oder Ereignissen erfolgen. Dieser *Push-Export* erfolgt auf je nach Projekt festlegbaren Orte, wie z.B. FTP-Server oder Versionsverwaltungssysteme. Die Benachrichtigungen über Aufgaben und Änderungen an Texten kann via E-Mail, aber auch mittels Instant-Messaging-Systeme oder durch den Aufruf fremde API-Endpunkte erfolgen – dies ist ebenfalls innerhalb eines Projektes und pro Nutzer individuell konfigurierbar.

### 3.2 Schnittstellen

Anforderungen, Umfang, Ausprägung für Import-, Export- und Benachrichtigungsschnittstellen

Anbindung via CMIS [http://en.wikipedia.org/wiki/Content\\_Management\\_Interoperability\\_Services](http://en.wikipedia.org/wiki/Content_Management_Interoperability_Services)

Export eines Text-Booklets für die Rechtschreibkontrolle. Identifier mit ausgeben, um Texte dann schnell finden zu können. Hier könnte man auch einen QR-Code drucken, dann kann man mit einer mobilen App den Text direkt ändern.

### 3.3 Grundüberlegung zu einer GUI

Anforderungen, Grundsätze, Usability, Aufbau, Wireframes

Bei Kontroll-Aufgaben (Lektorat, QS) unterbrechungsfreies Arbeiten ermöglichen (Infinite-Scroll).

Die GUI muss deutlich einfacher zu bedienen sein, als z.B. Word oder Publishing-Systeme, sonst wird sie nicht von Kunden eingesetzt.

## **4 Implementierung des Konzepts**

### **4.1 Abgrenzung**

### **4.2 Beschreibung der gewählten Umsetzung, Komponenten**

### **4.3 Anwendung der Umsetzung am Beispiel des Studiengangsflyers**

Die vorgeschlagene Lösung wird anhand eines realen Projekts auf ihre praxistauglichkeit hin überprüft. Es handelt sich dabei um die einmal im Jahr erscheinende Informationsbroschüre des Studienganges Medieninformatik an der Hochschule RheinMain. Die Broschüre zu Beginn des Wintersemesters 2011/2012 einen Umfang von 28 Seiten zuzüglich Titel und Rückseite. In ihr findet sich das Grußwort des Studiengangsleiters, eine Kurzinfo über den Studiengang, das Studienprogramm mit Informationen zum Verlauf des Studiums, ein Terminkalender, Informationen zu Einrichtungen des Fachbereiches, eine Liste mit Personen im Fachbereich, sowie eine Umgebungskarte und ein Gebäudeplan. Die Broschüre wird von den Mitarbeitern des Fachbereiches selber erstellt.

## **5 Fazit**

## Literatur

- [1] H. Schanze and S. Pütz. *Metzler Lexikon Medientheorie, Medienwissenschaft: Ansätze, Personen, Grundbegriffe*. Metzler, 2002.
- [2] Workflow Management Coalition. *Terminology & Glossary*, 3.0 edition, Februar 1999.