

Iris Kraßnitzer

## Medienneutrale Datenaufbereitung und kooperative Mehrfachnutzung von Kollektivverträgen

---

Mit einer vielfältigen und konvergenten Mediennutzung steigen auch die Anforderungen an die Lieferanten der Inhalte dieser Medien. Inhalte sollen bzw. müssen möglichst einfach in verschiedene Kanäle und Medien eingespielt werden können. Am Beispiel von Kollektivvertragsinformationen im ÖGB-Verlag soll nachgezeichnet werden, wie eine medienneutrale Datenaufbereitung nicht nur die Mehrfachnutzung von Content zulässt, sondern überdies auch Kooperationsmöglichkeiten schafft.

---

Collection: Conference Proceedings IRIS 2015

Category: Articles

Field of law: Legal Information Search Technologies

Region: Austria

Citation: Iris Kraßnitzer, Medienneutrale Datenaufbereitung und kooperative Mehrfachnutzung von Kollektivverträgen, in: Jusletter IT 26 February 2015

## Inhaltsübersicht

- 1 Einleitung
- 2 Im Zentrum: Der Content
- 3 Kooperation und Mehrfachverwertung von Content am Beispiel Kollektivverträge
- 4 Schlussfolgerungen
- 5 Literatur

### 1 Einleitung

[Rz 1] Kollektivverträge sind ein wichtiges öffentliches (Rechts-)Gut, das für alle Beteiligten weitgehend unentgeltlich zugänglich sein soll — und es mittlerweile auch ist. In den vergangenen Jahren hat auch im Bereich der KV-Information ein Wandel hin zu einer Öffnung stattgefunden. Mit der Entgrenzung von Wissen, das zusehends immer und überall frei zur Verfügung steht (wobei «frei zugänglich» nicht «kostenlos» bedeuten muss), ging auch ein Wandel der Informationsethik einher.<sup>1</sup>

[Rz 2] Dieser Wandel allein ist nur Basis für den Wissenszugang: Wie bei allen komplexen Themen und Inhalten ist auch bei der Aufbereitung und Präsentation von Kollektivverträgen und weiterführenden Informationen darauf zu achten, dass diese dem jeweiligen Kontext angepasst und über verschiedene Kanäle und Medien verfügbar sind. Dies sind kräftezehrende Anforderungen für Medienunternehmen, vor allem in einem sehr kleinen Markt wie Österreich.

[Rz 3] Aus diesem Grund wird vor allem nach Synergien und Kooperationsmöglichkeiten gesucht, um die hohen Kosten von komplexen Wertschöpfungsprozessen in den Griff zu bekommen. Im Falle der KV-Informationen aus dem ÖGB-Verlag geschieht dies auf zwei verschränkten Ebenen: Der internen Mehrfachverwertung der KV-Daten sowie mittels Content-Syndication und Kooperationen mit externen Content-Nutzern.

[Rz 4] Kannibalisierungseffekte sind bei der Mehrfachverwertung und verschiedenen Preismodellen von Inhalten eine nicht zu Unrecht befürchtete Entwicklung, am Beispiel Mehrfachnutzung von Kollektivverträgen kann jedoch beobachtet werden, dass öffentliche Verfügbarkeit von Inhalten und Medienökonomie nicht zwangsläufig in Widerspruch geraten müssen: Datenneutrale Aufbereitung der Inhalte bietet nicht nur vielfältige Möglichkeiten der Multi-Channel-Nutzung, sondern eröffnet auch neue Erlösquellen und Finanzierungsvarianten für Verlage und Medienunternehmen.

### 2 Im Zentrum: Der Content

[Rz 5] Wir sind längst in einer Zeit angekommen, in der viele Medien nebeneinander existieren und diese sowohl konsumiert werden als auch gleichermaßen Menschen an ihnen teilhaben. Konvergente Medienangebote sind mehr denn je Alltag, der «point of no return» ist längst überschritten» und insofern kann die Diskussion darüber, es zu belassen wie es ist, nur eine «Gespensterdebatte» sein.<sup>2</sup>Die MedienrezipientInnen beschränken sich längst nicht mehr auf ein be-

---

<sup>1</sup> Vgl. LINDE/STOCK, Informationsmarkt. Informationen im I-Commerce anbieten und nachfragen, Oldenburg, München (2011), Einführung in die Informationswissenschaft; 3, S. 157—163.

<sup>2</sup> JAKUBETZ, Crossmedia<sup>2</sup>, UKV, Konstanz (2011), S. 12.

vorzugtes Medium, sondern nutzen ihre Inhalte crossmedial.<sup>3</sup> Vor allem im Bereich Journalismus ist dies deutlich spürbar: Verlagshäuser und Mediengruppen betreiben neben ihren etablierten Zeitschriften auch Online-Portale, Video-Plattformen, Community-Services und Apps.

[Rz 6] Wenn sich die transportierten Inhalte immer stärker von der Fixierung auf ein Medium lösen, hat dies natürlich elementare Auswirkungen auf die Produktionsprozesse. Überdies sind Medienhäuser mit zwei weiteren zentralen Anforderungen an ihre Inhalte konfrontiert, nämlich Schnelligkeit und Effizienz.<sup>4</sup> In diesem Spannungsfeld der Multi- und Crossmedialität bei gleichzeitigem Zeit- und Kostendruck, ist es unabdingbar, die Kernkompetenz, den Inhalt, fit für diese Anforderungen zu machen. Vielfach wurden gerade auch von Verlagen die Neuerungen durch das Internet und die Technologie als mühselige Herausforderung angesehen und dabei verkannt, dass Technologie hier ein «Enabler» sein kann, die eigenen Produkte einem breiteren Zielpublikum vorzustellen. Voraussetzung dafür ist aber, dass ein Perspektivenwandel vollzogen wird: Weg von der Fixierung auf das Medium («das Buch», «die Zeitschrift») hin zu dem, was eigentlich produziert wird, nämlich deren Inhalt, dem Content.<sup>5</sup> Der Inhalt soll losgelöst vom Medium und damit auch von Layout, Struktur und Nutzung zur Weiterverarbeitung vorliegen und mit vielschichtigen Metainformationen angereichert werden, die je nach Ausgabekanal die medienspezifischen Anforderungen umsetzbar machen. Vielerorts war man dieser Entwicklung eher ängstlich begegnet und verkannte dabei lange, welche zentrale Rolle gerade das Internet bei der Nutzung von Informationen — und im Speziellen auch der Rechtsinformation — einmal spielen würde.<sup>6</sup>

[Rz 7] Dieser Wechsel des Fokus vom Output hin zum Input und der Verarbeitung fand auch Niederschlag in der Unternehmensstruktur der Medienwirtschaft, wo vielfach Content-Management als eigene Organisationseinheit eingerichtet wurde. Neben bestehenden Anforderungen der medialen Vernetzung sollen diese Organisationseinheiten darüber hinaus jedoch auch gewährleisten, dass neue Potenziale der Mehrfachverwertung erkannt und umgesetzt werden.<sup>7</sup> Im Zentrum der medienneutralen Datenaufbereitung steht eine übergreifende Content Base, von der aus erst eine medienspezifische (1) Produktion, (2) Aggregation und (3) Distribution stattfindet. Sören Stamer empfiehlt hier folgendes Rezept der erfolgreichen Crossmedialität: Eine medienneutrale Vorproduktion, gefolgt von parallelen medienspezifischen Veredelungsprozessen, die jedoch immer mit medienübergreifenden Strategien und Angeboten korrelieren.<sup>8</sup>

[Rz 8] Kurz: Der richtige Content muss in den richtigen Kontext gesetzt werden.<sup>9</sup>

[Rz 9] Die Aufbereitung von Content ist kostenintensiv, gerade was informativen und hochstrukturierten XML-Content betrifft, sind Verlage mit hohen First Copy Costs konfrontiert, bei de-

---

<sup>3</sup> Vgl. MÜLLER-KALTHOFF, Cross-Media als integrierte Management-Aufgabe. In: *Müller-Kalthoff* (Hrsg.), *Cross-Media Management. Content-Strategien erfolgreich umsetzen*, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg (2002), S. 21.

<sup>4</sup> Vgl. STAMER, Technologie als Enabler für effizientes Cross-Media-Publishing. In: *Müller-Kalthoff* (2002), S. 91.

<sup>5</sup> Vgl. STAMER (2002), S. 89 f.

<sup>6</sup> Nutzen durch Information ist mit 98% Zustimmung in einer Umfrage aus dem Jahr 2009 der am häufigsten genannte Gewinn durch das Internet. Unterhaltung liegt beispielsweise mit 81% nur an viertgenannter Stelle nach Information, Lebensqualität und Flexibilität. Vgl. BITKOM, Internet bringt klares Plus an Lebensqualität. [http://www.bitkom.org/de/markt\\_statistik/64026\\_59682.aspx](http://www.bitkom.org/de/markt_statistik/64026_59682.aspx) (aufgerufen: 29. Dezember 2014).

<sup>7</sup> Eine Strategie, auf die — neben vielen anderen Verlagshäusern — auch die Axel Springer SE setzt: MANTEL, Springer setzt verstärkt auf Mehrfachverwertung. [http://www.dwdl.de/nachrichten/34225/springer\\_setzt\\_verstrkt\\_auf\\_mehrfachverwertung/](http://www.dwdl.de/nachrichten/34225/springer_setzt_verstrkt_auf_mehrfachverwertung/) (aufgerufen: 29. Dezember 2014).

<sup>8</sup> Vgl. STAMER (2002), S. 95.

<sup>9</sup> Vgl. JAKUBETZ (2011), S. 23.

nen Mehrfachverwertung — in verschiedenen wie gleichartigen Medienkanälen — zusätzliches Erlöspotenzial zur Deckung dieser hohen (Initial-)Kosten bedeutet.<sup>10</sup> Darüber hinaus bietet diese Mehrfachverwertung eine zusätzliche Anreicherung anderer Produkte, die aus ökonomischen Gründen sonst nicht möglich wäre. Neben der internen Content-Mehrfachverwertung haben sich manche Medienunternehmen auch auf die Erzeugung von datenneutralem Content zur externen Weiterverwendung konzentriert: Bei der Content-Syndication stellen Content-Geber ihre selbst produzierten oder zugekauften Inhalte an Content-Nehmer zur Verfügung, eine «zunehmend attraktive Art, Inhalte zu beschaffen und gleichzeitig den hohen Ressourcenaufwand einer eigenen Content-Erstellung zu vermeiden»<sup>11</sup>. Neben der Content-Syndication ist Content-Partnership eine weitere Strategie der externen Mehrfachverwertung bzw. Beschaffung. Gerade aber was die Erwartungen an Content-Syndication betrifft, waren hier diese deutlich höher gegriffen, als bisher tatsächlich umgesetzt wurde.<sup>12</sup>

[Rz 10] Diese Kooperationsstrategien finden aber nicht allein in der Content-Beschaffung Widerhall: In den letzten Jahren sind bei Medienunternehmen «erhebliche Fusions- und Allianzaktivitäten»<sup>13</sup> zu beobachten. Neben den Inhalten sind es vor allem auch Synergien bei Distribution und Technologie, die solche Kooperationen begünstigen oder mitunter schlicht notwendig machen.

### 3 Kooperation und Mehrfachverwertung von Content am Beispiel Kollektivverträge

[Rz 11] Zentrales Kernprodukt des ÖGB-Verlags sind Kollektivverträge. KV-Informationen stehen in unterschiedlichsten Publikationskanälen zur Verfügung: Verschiedene Datenbanken und Websites, Newsletter, Twitter, gedruckte Kollektivverträge und Bücher. Teilweise handelt es sich dabei um inhaltlich völlig entkoppelte Produkte, grundsätzlich wird im ÖGB-Verlag aber — und dies gilt nicht allein für Kollektivverträge — der zentral gewartete, medienneutrale und mit Metadaten angereicherte Content forciert.

[Rz 12] Neben der Multi-Channel-Verarbeitung von KV-Informationen ist das Kernstück die XML-basierte Kollektivvertragsdatenbank, über die sowohl verschiedene Medien (z.B. gedruckte Kollektivverträge und KVSystem) als auch verschiedene Online-Webseiten (z.B. *kollektivvertrag.at*) bespielt werden. Wichtige Voraussetzung für diesen Multiplattform-Re-Use von KV-Content war neben der technischen Basislegung vor allem auch eine Änderung in der Informationspolitik durch die Verhandlungspartner hin zu einer Öffnung der Inhalte für die Öffentlichkeit.<sup>14</sup>

[Rz 13] Seit dem Jahr 2013 ist es nun erstmals möglich, die komplexen XML-Daten der KV-Datenbank auch in weitere Plattformen, in medienspezifisch adaptierter Form, einzubinden. ÖGB und Sozialministerium gaben als Kooperationspartner die Umsetzung der KV-Plattform *kollektivvertrag.at* in Auftrag, über die alle aktuell gültigen Kollektivverträge aufgerufen werden können. Mit dem gleichen Content-Pool kann also nicht nur die Web-Applikation KVSystem be-

---

<sup>10</sup> Vgl. WIRTZ, Medien- und Internetmanagement<sup>8</sup>, Springer Gabler, Wiesbaden (2013), S. 841.

<sup>11</sup> WIRTZ (2013), S. 752.

<sup>12</sup> Vgl. JAKUBETZ (2011), S. 131.

<sup>13</sup> WIRTZ (2013), S. 71.

<sup>14</sup> Diese Veränderung wurde im Beitrag des ÖGB-Verlags zur «Kollektivvertrags-Information in den Zeiten von Google und EU-Binnenmarkt» beim IRIS 2014 von Christian Wachter und Iris Kraßnitzer im Detail behandelt. In: Jusletter IT 20. Februar 2014. <http://jusletter-it.weblaw.ch/issues/2014/IRIS.html> (aufgerufen: 29. Dezember 2014).

spielt werden, sondern auch weitere Online-Services befüllt oder angereichert werden.

[Rz 14] Zusätzlich wurde jedoch auch eine Adaption an den Kontext vorgenommen: Während sich das KVSystem an Expertinnen und Experten richtet, die regelmäßig zum Thema KV recherchieren, sind die Zielgruppe der KV-Plattform die Nicht-Fachleute: Für sie reicht ein einfaches Interface nicht nur, es ist vielmehr *notwendig*. Neben der Reduktion der Funktionalität und der Granulierung (nur aktuell gültige Kollektivverträge können abgerufen werden) wurde auch ein Schichtmodell implementiert: Alle Kollektivverträge können eingesehen werden, für Gewerkschaftsmitglieder und -FunktionärInnen wurden weitere Such- und Verarbeitungsfunktionalitäten integriert. Der Mehrwert innerhalb der KV-Plattform ergibt sich also nicht über den Content, dieser ist für alle gleich, sondern ausschließlich über funktionale Ergänzungen. Für FunktionärInnen besteht überdies noch die Möglichkeit, über einen Direktlink ins KVSystem einzusteigen, wo auch auf historische Kollektivverträge zugegriffen werden kann und weitere Recherche- und Bearbeitungsfunktionen zur Verfügung stehen.

[Rz 15] Basis für diese kooperative Mehrfachnutzung war aber nicht — wie sonst häufig der Fall — in erster Linie ein ausschließlich wirtschaftlicher Druck, sondern sie ergab sich konkret aus bestehenden Anforderungen in Kombination mit einer gewünschten Erweiterung des Produktportfolios: Die neutrale Datenaufbereitung hatte zu Beginn klar die crossmediale Nutzung Print/Web im Fokus, als Verlag (Content-Lieferant) *und* technischer Lösungspartner war die Verknüpfung beider Dienstleistungen letztlich eine logische Erweiterung des Serviceangebots. Durch die Modularisierung nach Zielgruppen (Teil-/Gesamtcontent, Teil-/Gesamtfunktionalität) wurde gleichzeitig jedoch nicht der Wert der kostenpflichtigen Variante gemindert.

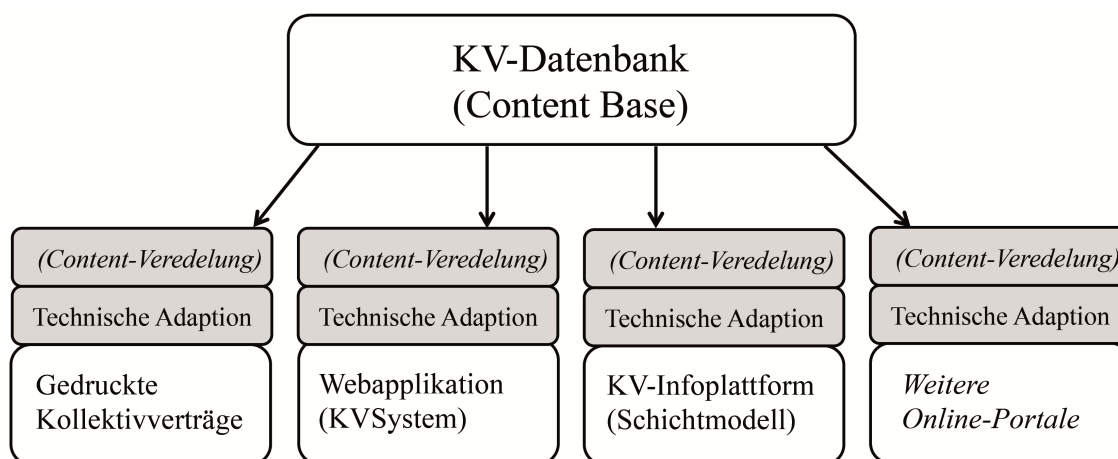


Abbildung 1: Ausgabekanäle und Mehrfachverwertung der XML-basierten KV-Daten

[Rz 16] Diese Mehrfachverwertung betrifft sowohl die im Web-Redaktionssystem gewarteten KV-News als auch die im XML-Redaktionssystem gewarteten Kollektivverträge. Über Metainformationen (z.B. Schlagwortung) — die Metadatenanreicherung geschieht bereits in der Content Base — und/oder Adaption im Ausgabekanal können Modularisierung, Darstellung und Funktionalität des Produkts quer über die belieferten Plattformen gesteuert werden.

[Rz 17] Neben der Integration des KV-Contents in die KV-Plattform *kollektivvertrag.at* wurde mittlerweile auch die vollautomatische Einbindung der KV-Suche und ausgewählter KV-Inhalte in die Website der Gewerkschaft der Privatangestellten, Druck, Journalismus, Papier (GPA-djp) umge-

setzt<sup>15</sup>. Hier werden beispielsweise — zielgruppenadaptiert — ausschließlich Kollektivverträge der GPA-djp in die Website eingebunden. Die Steuerung dieser Auswahl erfolgt über die Metadaten der XML-Daten.

[Rz 18] In Umsetzung befindet sich derzeit die Integration der KV-Daten in die mehrsprachige *Entsende-plattform*, die vom Sozialministerium in Kooperation mit der der Bauarbeiter-Urlaubs- & Abfertigungskasse (BUAK) mit dem ÖGB-Verlag als technischer Umsetzungspartner und KV-Content-Provider umgesetzt wird. Die Bespielung der Plattform erfolgt sowohl mit Inhalten der Kooperationspartner als auch jenen, die vom ÖGB-Verlag zur Verfügung gestellt bzw. für die Plattform erzeugt und aufbereitet werden.

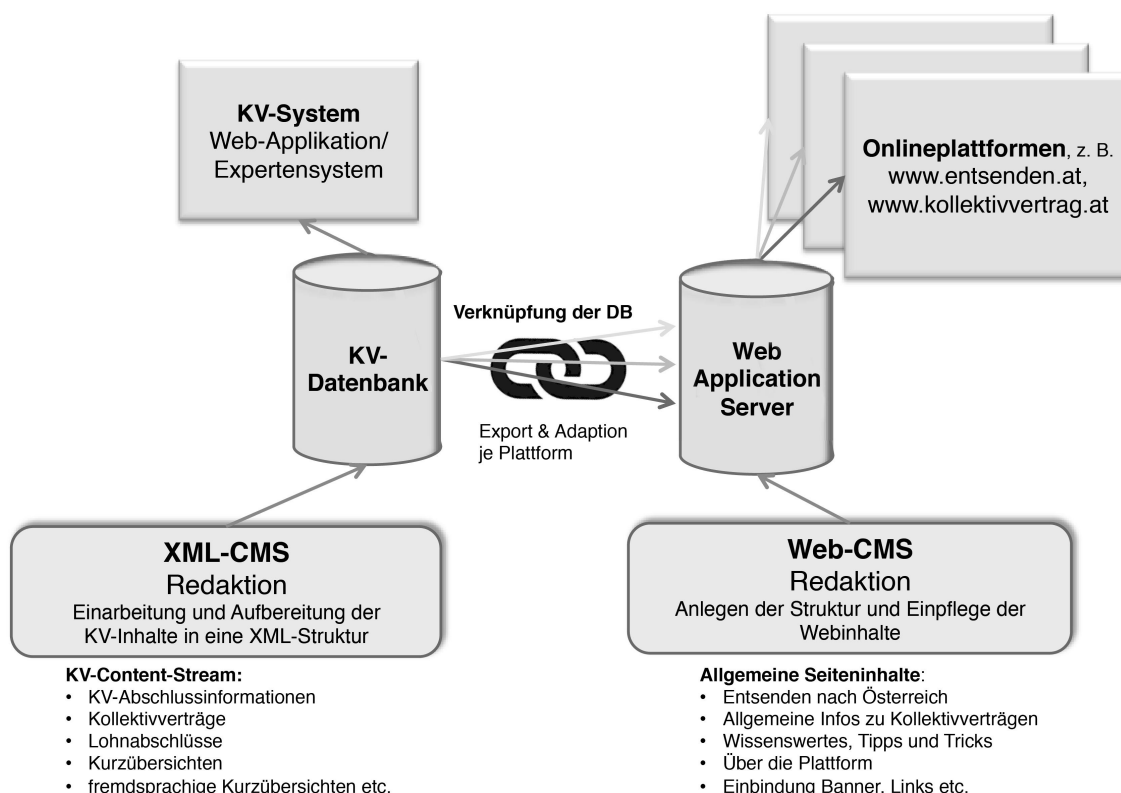


Abbildung 2: Vernetzung der Systeme des KV-Multiplattform-Konzepts

[Rz 19] Weitere Einbindungen des KV-Content-Streams inkl. ausgewählter Funktionen (z.B. KV-Suche) sind derzeit in Planung.

## 4 Schlussfolgerungen

[Rz 20] Am Beispiel Kollektivverträge im ÖGB-Verlag lassen sich zwei zentrale Entwicklungen in der Verlagsbranche bzw. am Informationsmarkt nachzeichnen: crossmediale Content-Mehrfachverwertung und Kooperationen. Es ist dabei aber jedenfalls zu beachten, dass eine solche Mehrfachver-

<sup>15</sup> Erreichbar unter <http://www.gpa-djp.at/kollektivvertrag> (aufgerufen: 27. Januar 2015).

tung nur dann sinnvoll zu realisieren ist, wenn «die Inhalte möglichst unabhängig von konkreten Zielmedien erzeugt und im Rahmen eines einheitlichen, gemeinsamen Content Repositories verwaltet werden»<sup>16</sup>. Im Zentrum steht also ein medienneutral gewarteter, hochstrukturierter Content, der möglichst effizient in verschiedene Ausgabekanäle übertragen werden kann.

[Rz 21] Eine Einbindung zentral gewarteter Daten in verschiedene Plattformen, wie am Beispiel KV dargelegt, birgt sowohl für den Content-Anbieter als auch für den -Nutzer wichtige Vorteile: Zunächst ist die Aufbereitung und Anreicherung von komplexen Daten in der Regel sehr aufwendig, durch Mehrfachnutzung können weitere Erlösquellen generiert und Kosten (v.a. First Copy Costs) reduziert werden. Des Weiteren stellen solche Kooperationen eine massive Aufwertung des eigenen Info-Angebots dar, ohne dass dabei die Aufwände für Redaktion oder technische Infrastruktur erheblich steigen würden. Von zentraler Bedeutung ist bei der Mehrfachnutzung und im Speziellen der Öffnung der Inhalte natürlich aber die Erhaltung des besonderen Werts der kostenpflichtigen Lösung durch eine klare Modularisierung des Angebots nach Zielgruppen.

[Rz 22] Beachtet werden muss überdies, dass es der Abstimmung vieler Beteiligter bei Wahrung des einheitlichen Content-Pools bedarf — im Falle der KV-Plattform sind das ÖGB, Gewerkschaften und Sozialministerium als Auftraggeber, ein Verlag als Umsetzungs- und Betriebspartner und viele Organisationen und Institutionen als NutzerInnen.

## 5 Literatur

BITKOM, Internet bringt klares Plus an Lebensqualität. [http://www.bitkom.org/de/markt\\_statistik/64026\\_59682.aspx](http://www.bitkom.org/de/markt_statistik/64026_59682.aspx) (aufgerufen: 29. Dezember 2014).

JAKUBETZ, CHRISTIAN, Crossmedia, 2., überarb. Aufl., UKV, Konstanz (2011).

LINDE, FRANK / STOCK, WOLFGANG, Informationsmarkt. Informationen im I-Commerce anbieten und nachfragen. Oldenburg, München (2011), Einführung in die Informationswissenschaft; 3.

MANTEL, UWE, Springer setzt verstärkt auf Mehrfachverwertung. [http://www.dwdl.de/nachrichten/34225/springer\\_setzt\\_verstrkt\\_auf\\_mehrfachverwertung/](http://www.dwdl.de/nachrichten/34225/springer_setzt_verstrkt_auf_mehrfachverwertung/) (aufgerufen: 29. Dezember 2014).

MÜLLER-KALTHOFF, BJÖRN, Cross-Media als integrierte Management-Aufgabe. In: Müller-Kalthoff, B. (Hrsg.), Cross-Media Management. Content-Strategien erfolgreich umsetzen, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg (2002), S. 19—40.

RAWOLLE, JOACHIM, Content Management integrierter Medienprodukte. Ein XML-basierter Ansatz, DUV, Wiesbaden (2002).

STAMER, SÖREN, Technologie als Enabler für effizientes Cross-Media-Publishing. In: Müller-Kalthoff, B. (Hrsg.): Cross-Media Management. Content-Strategien erfolgreich umsetzen, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg (2002), S. 89—121.

WACHTER, CHRISTIAN / KRASSNITZER, IRIS, Kollektivvertrags-Information in den Zeiten von Google und EU-Binnenmarkt. In: Jusletter IT 20. Februar 2014. <http://jusletter-it.weblaw.ch/issues/2014/IRIS.html> (aufgerufen: 29. Dezember 2014).

WIRTZ, BERND W., Medien- und Internetmanagement, 8., aktual. u. überarb. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden (2013).

---

<sup>16</sup> RAWOLLE, Content Management integrierter Medienprodukte. Ein XML-basierter Ansatz, DUV, Wiesbaden (2002), S. 82.

---

Mag.<sup>a</sup> IRIS KRASSNITZER, Leitung Content-Management, ÖGB-Verlag, Johann-Böhm-Platz 1, 1020  
Wien, AT, [iris.krassnitzer@oegbverlag.at](mailto:iris.krassnitzer@oegbverlag.at); <http://www.oegbverlag.at>