

Das 28. CrossMediaForum am 2. Juli 2026 in München

Integriert, automatisiert, human-zentriert - so geht crossmediales Publizieren heute

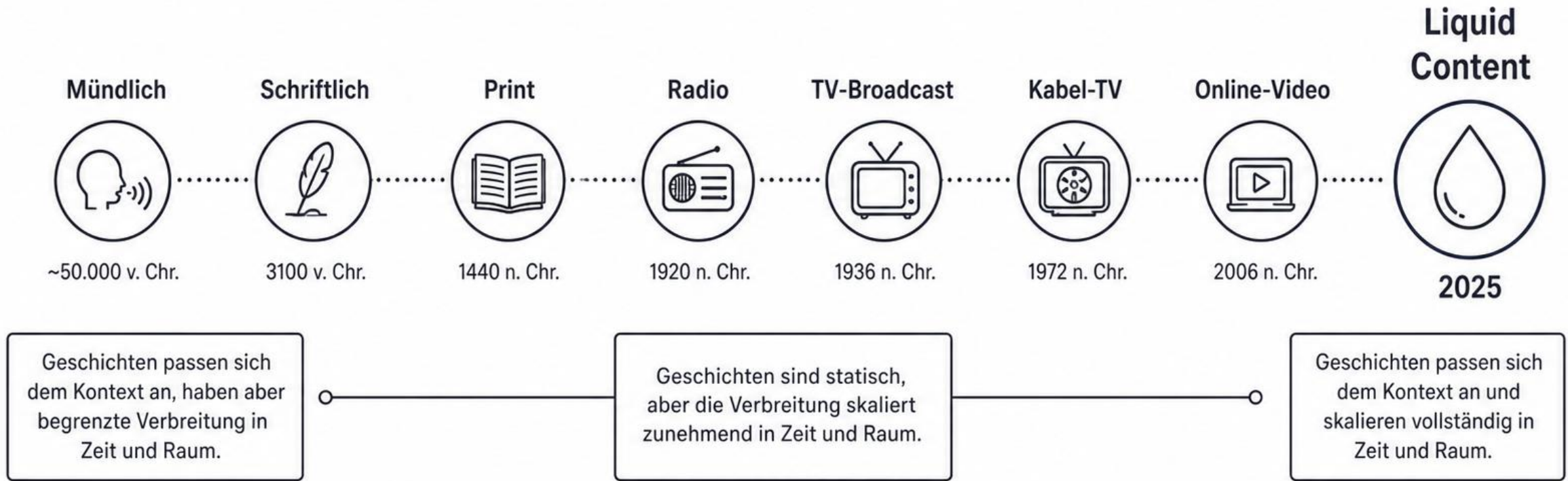
Future Concepts, Best Practices, Erfolgsfaktoren



Programmablauf

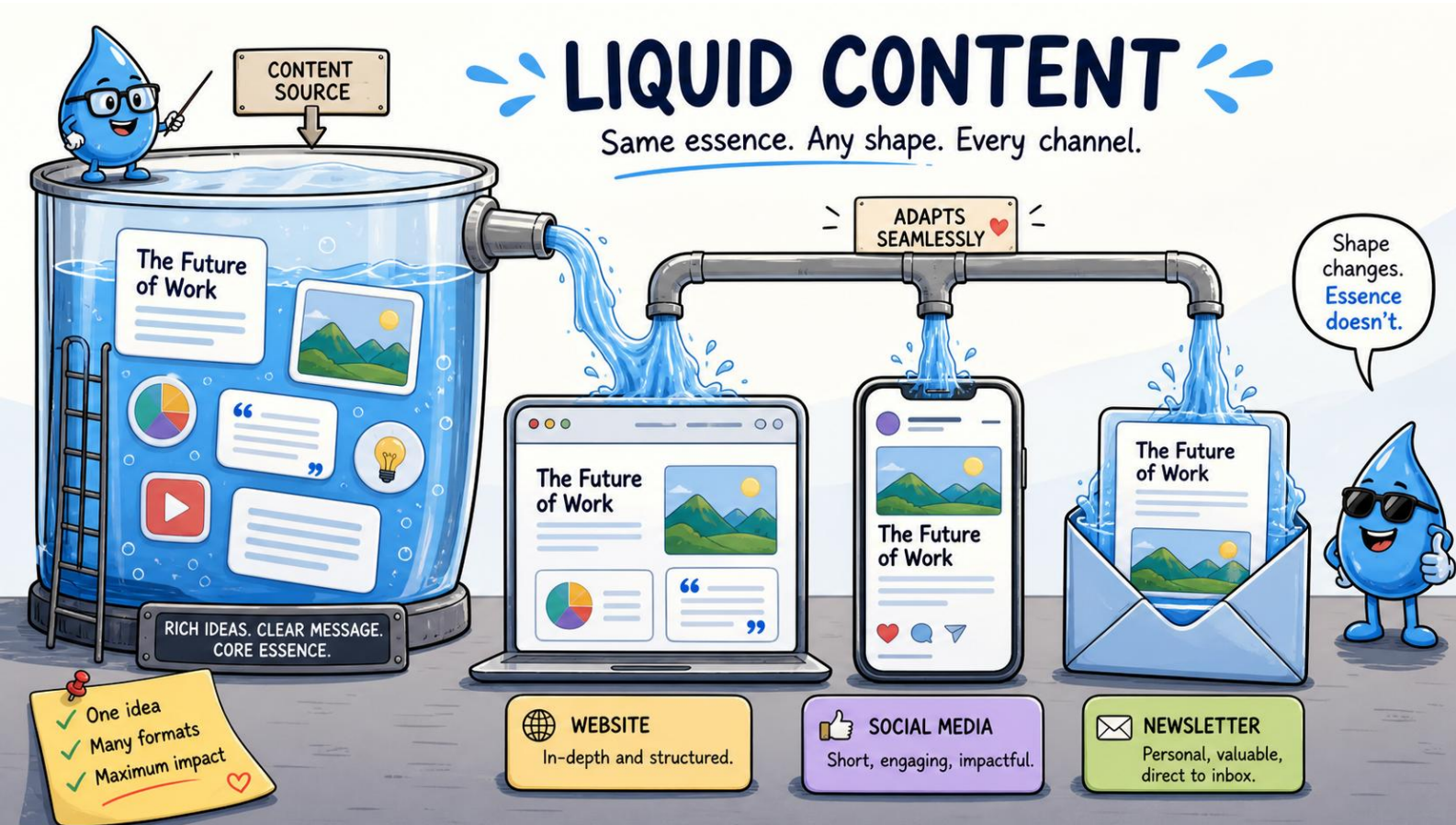
- **09.30 - 09.45 Uhr: Liquid Content - Revolution oder alter Wein...?**
Ehrhardt Heinold, Gründer und Gesellschafter der Heinold & Friends GmbH
- **09.45 - 10.00 Uhr: Speeddating (Runde 1)**
- **10.00 - 10.30 Uhr: Von Digital zu Print – Wie Automatisierung durchgängig umgesetzt werden kann: Voraussetzungen, Workflow, Ergebnisse**
Matthias Fischer, Sales, a+f systems, Andreas Müller, Sprylab
- **10.35 - 11.05 Uhr: Moderne Redaktionssysteme in der Wertschöpfungskette – KI gezielt einsetzen, Effizienz dauerhaft steigern**
Raphael Baier, Geschäftsführer Fabasoft Xpublisher
- **11.05 - 11.25 Uhr: Kaffeepause**
- **11.25 - 12.05 Uhr: Mehr Effizienz im redaktionellen Copy Editing: Ein Inhouse-Expertensystem für juristische Lektorate**
Monika Sauer, Abteilungsleiterin Zentrale Qualitätssicherung & Koordination digitaler Workflow Lektorate RSW und Moritz Eichhorn, Projektmanager Redaktionelle Qualitätssicherung (beide C.H.Beck), Stefan Schmitz, Geschäftsführer abavo
- **12.05 - 12.35 Uhr: Qualität rauf, Kosten runter: wie der Deutsche Apotheker Verlag die Redaktion stärkt und gleichzeitig die Profitabilität von Print und E-Paper erhöht**
Verena Geywitz, Projektleitung, Nuriel Dolo, Leitung Redaktionsmanagement, Deutscher Apotheker Verlag, Dr. Marcus von Harlessem, Chief Transformation Officer, markstein
- **12.45 - 13.45 Uhr: Mittagessen**
- **13.45 - 13.55: Speeddating (Runde 2)**
- **13.55 - 14.25 Uhr: Digitale Produkte wachsen im Workflow – nicht erst auf der Plattform**
Uwe Matrisch, Weiterentwicklung und Integration RRP365, Reemers publishing services, Jörg Pieper, Head of Publisher Relations, Get More Brain
- **14.30 - 15.00: Neue Geschäftsmodelle erfordern Kollaborative Intelligenz**
Hermann Eckel, Produktmanager Booxite, Tobias Ott, Geschäftsführer pagina
- **15.00 - 15.20 Uhr: Kaffeepause**
- **15.20 - 15.50 Uhr: Ist das historisch gewachsen oder kann das weg?**
Martin Volke und Christian Mädler, Geschäftsführer der CMV Media Solutions GmbH & Co. KG
- **15.55 - 16.25 Uhr: RAG in der Praxis: Warum die meisten Systeme scheitern, bevor sie wirken**
Manuel Montero Pineda, Geschäftsführer data2type GmbH, Mehrschad Zaeri Esfahani, Geschäftsführer parsQube GmbH
- **16.30 - 17.00 Uhr: Vom Lektorat zur Contentsteuerung: Content first. Digital first.**
Jessica Gutsche, Head of Content, DIN Media GmbH

Von festen Geschichten zu flüssigem Content



Über weite Teile der Menschheitsgeschichte passten sich Inhalte an ihr Publikum an, erreichten aber nur eine begrenzte Anzahl von Menschen. Die Erfindung von Massenmedien skalierte die Distribution auf Kosten der Individualisierung. Durch die Möglichkeit zur Echtzeitgenerierung verbindet KI heute beide Welten und ermöglicht Inhalte, die sich an konkrete Kontexte anpassen und dennoch in großem Maßstab verbreitet werden können.

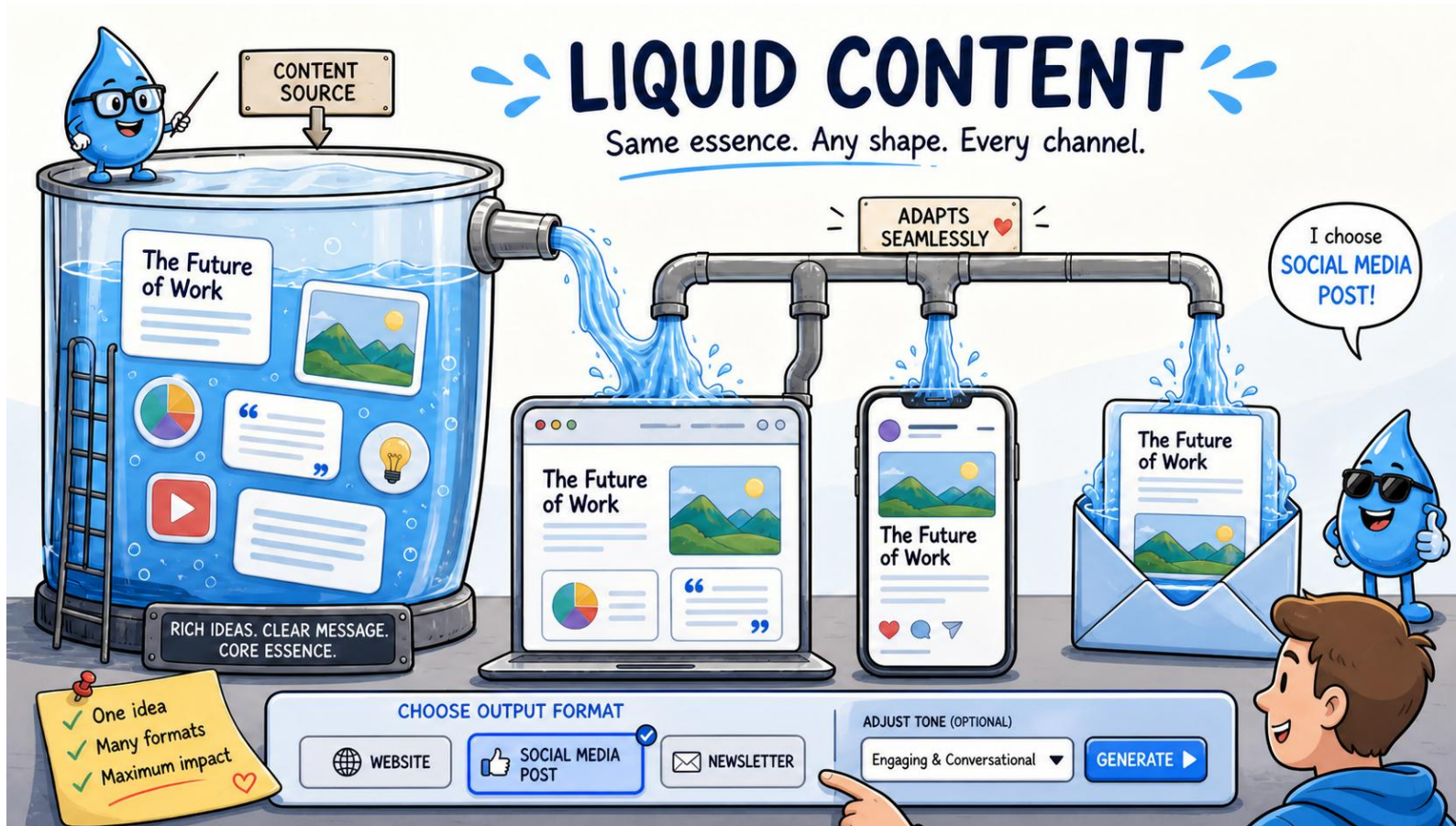
Liquid Content 1.0



Mit freundlicher Unterstützung von Perplexity

- Die erste Ansatz von „Liquid Content“ ist die konsequente Umsetzung des Konzeptes, dass wir schon lange unter „Multichannel Publishing“ kennen mit der Idee, aus einem Contentpool diverse Formate zu produzieren und zu publizieren.
- Der Verlag bestimmt dabei weiterhin die Produktform – die internen Prozesse ändern sich, das Verhältnis von „Produzent“ und „Konsument“ bleibt gleich.

Liquid Content 2.0



- „Liquid Content 2.0 bedeutet: Das Verhältnis von „Produzent“ und „Konsument“ dreht sich um.
- Nutzer/innen bestimmen durch Ihre Bedürfnisse, was in welcher Form geliefert wird.

Mit freundlicher Unterstützung von Perplexity

Wo bleiben die Verlage bzw. Persönlichkeiten?

„Eine Frage treibt mich beim Thema Liquid Content um, für die ich noch keine Lösung sehe. Um immer mehr Inhalte für die Nutzerinnen und Nutzer zu personalisieren, wird die Herstellung immer unpersönlicher. Wenn dieser Text beispielsweise KI-gestützt zu einem Audiobeitrag gewandelt wird, habe ich als Autor damit nichts mehr zu tun. Um sich künftig in einem Ozean von KI-Beiträgen abzuheben, müssen Inhalte aber Authentizität und Leidenschaft ausstrahlen. Wie soll beides zusammengehen?“

Markus Weigand, Chefredakteur des Branchenmediums kress

Das Update zum Thema CMS und KI!

28. CrossMediaForum KI-Spezial am 3.12.2026

Die Online-Konferenz zu Cases, Konzepten und
Praxisbeispielen zum crossmedialen Publizieren mit KI-Tools



Eure Medienberater

Sicher in der Transformation – Stark in die Zukunft



Heinold & Friends begleitet als erfahrene und innovative Beratung Verlage und Medienunternehmen Schritt für Schritt bei Innovations- und Veränderungsprojekten. Als **Branchenexpertinnen und -experten** entwickeln wir passgenaue Lösungen, setzen im Unternehmen vorhandenes Wissen frei und befähigen zur Selbstwirksamkeit. So produzieren wir gemeinsam mit den Kunden schnell sichtbare Ergebnisse. Zugleich profitieren vor allem Verlage von unserem branchenübergreifenden Know-how und erhalten neue Denkanstöße für ihre **Innovations- und Veränderungsprojekte**.

Ehrhardt Heinold

Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung GmbH

www.heinoldandfriends.de, ehrhardt.heinold@heinoldandfriends.de