

MPO/Xtradyne-Lösung bei der Süddeutschen Zeitung

Sicherheit im Online-Anzeigenmarkt

An der Nutzung des Internets als Kommunikationsschiene zum Verlag führt heute kein Weg mehr vorbei. Dies erfordert aber eine Öffnung des hochsensiblen internen Verlagsnetzes gegenüber der IT-Außenwelt. Den dadurch gegebenen erhöhten Sicherheitsrisiken kann mit herkömmlichen Firewall-Konzepten jedoch nicht wirksam genug begegnet werden.

Seit Ende 2001 können Kunden der Süddeutschen Zeitung (SZ) ihre Anzeigen direkt online via Internet schalten. Möglich wurde dies durch den Einsatz der vom Leipziger Systemhaus MPO MediaSolutions (www.mpo-systeme.de) entwickelten Software mpo/ WebAnzeigen sowie durch die Integration des Domain Boundary Controller (DBC) des Berliner Unternehmens Xtradyne Technologies (www.xtradyne.de), der die sichere und kontrollierte Öffnung des Verlagsrechners für Online-Buchungen bei der Süddeutschen Zeitung ermöglicht.

MPO bekam den Auftrag, ein Anzeigensystem zu entwickeln, das die flexible Online-Eingabe von Anzeigen via Internet ermöglichen und das Backend-System des Verlages so integrieren sollte, dass dem Kunden (per Application-Server) eine Vorsicht und der Preis der Anzeige verfügbar gemacht und die Anzeige per Knopf-

druck in das SZ-Produktionssystem übergeben werden kann.

Schaltung für Print und Online

Seit Juni 2002 sind die drei Märkte Motorcenter, ImmoCenter und Jobcenter online. Der Kunde erfasst seinen Text nun selbst, wobei er die angebotenen typografischen Variationsmöglichkeiten nutzt und die Größe sowie das Format der Anzeige entsprechend den Verlagsvorlagen festlegt. Nach Abschluss der Eingabe erhält er aus dem Verlagsrechner eine WYSIWYG-Vorsicht in der Größe, wie sie später in der Rubrik erscheinen wird. Darüber hinaus wird der Kunde über den Preis der Anzeige informiert. Er hat die Möglichkeit, die Anzeige online zu bearbeiten und sie so seinen Vorstellungen anzupassen.

Die Anzeige kann wahlweise in der Zeitung und/oder der Online-Ausgabe der SZ geschaltet werden. Für den Internet-Auftritt kann die Anzeige um weitere Elemente wie Fotos oder Grundrisse erweitert werden – eine deutliche Aufwertung der Internet-Präsentation ohne Mehrkosten. Darüber hinaus bietet mpo/WebAnzeigen die komfortable Online-Suche in den bestehenden Märkten nach den angebotenen Kfz, Immobilien und Stellen. In den Bereichen Immobilien und Kfz-Markt stellt der Verlag auf seiner Website neben allen Online-Anzeigen sämtliche Zeitungsanzeigen sowie Anzeigen von einigen Partnern für die kostenlose Suche zur Verfügung.

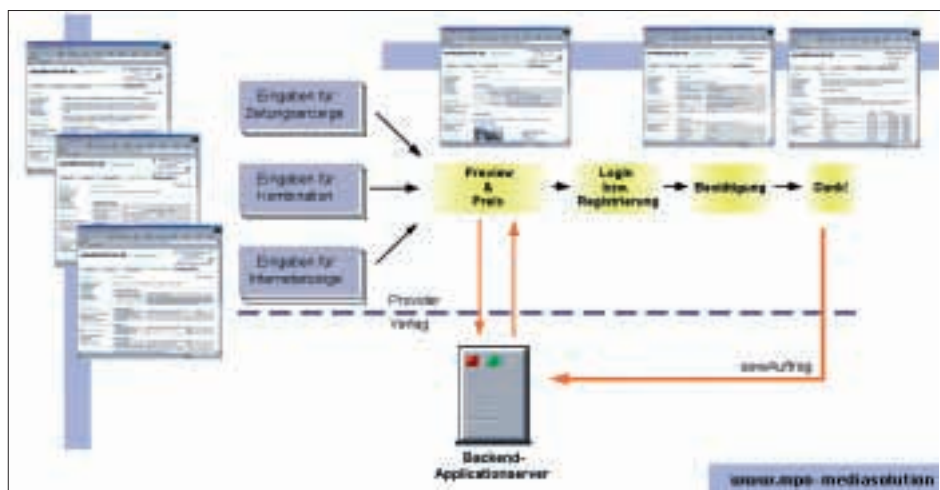
Früher, als die Anzeigen fürs Web noch im Verlag in München erfasst und dann an den Provider in Stuttgart weitergegeben wurden, als noch keine direkte Verbindung mit dem Verlagsnetz bestand, stellte sich die Frage nach speziellen Sicherheitsmaßnahmen auch noch nicht.

Topaktuell: Datensicherheit

Die Online-Erfassung durch den Kunden erfordert zur Preisberechnung und Auftragspeicherung die direkte Kommunikation mit dem Verlagsystem. Da die Zeitungsproduktion nicht gefährdet werden darf, muss sie technisch entsprechend abgesichert werden. Eine „normale“ Firewall allein reicht da nicht aus. Der Domain Boundary Controller (DBC) überwacht den Datenverkehr zwischen dem beim Provider installierten Web-Server und dem Application-Server beim Verlag. Er sorgt für Sicherheit beim (autorisierten) Zugriff auf die nötigen Informationen sowie bei der Übertragung.

Stephan Ressel (Projektleiter Internet Services bei MPO MediaSolutions) und sein Team hatten bei der Realisierung des Projekts mit manchen Hindernissen zu kämpfen. So waren bei der teilweise benutzten Freeware so genannte Patches (Programm-erweiterungen) erforderlich, die mit Hilfe der Experten von Xtradyne durchgeführt wurden. „Ohne diese Patches wäre uns das ganze Projekt gekippt“, resümierte Stephan Ressel den Entwicklungsprozess.

„Unsere Entscheidung für mpo/Web-Anzeigen von MPO und damit auch für den DBC von Xtradyne Technologies fiel nach einer gründlichen Analyse möglicher Varianten. Heute sind wir sehr froh darüber, dass wir uns für die Variante MPO/Xtradyne entschieden haben. Unser System läuft seit Monaten störungsfrei und stabil. Es wird, und dies ist letztendlich entscheidend, vom Markt und unseren Kunden hervorragend angenommen. Dies beweist auch die ständig wachsende Zahl von Anzeigen, die uns jetzt über das Internet erreichen“, betonte Martin Wagner, Geschäftsführer der [sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de) GmbH, der den vor kurzem überarbeiteten Online-Auftritt der Süddeutschen Zeitung (www.sueddeutsche.de) verantwortet (siehe auch Seite 70). <



Anzeigenerfassung für Print und Online mit der Lösung von MPO MediaSolutions.