



HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

Heinold, Spiller & Partner: Fachartikel

<http://hspartner.de/jsp292/site/hauptmenue/publikationen/fachartikel>

Inhalt

Fachartikel-Archiv.....	1
Content Management.....	2
XML: Herausforderungen und Chancen für Zeitschriftenverlage.....	2
Trendanalyse.....	2
Der Wandel der Fachverlage - eine Analyse.....	2
Publishingstrategie.....	2
Zeitschriften als Marken.....	2
Viele Relaunches verfehlen ihr Ziel.....	2
Relaunchen - aber richtig!.....	2
Zukunft der Inhaltevermarktung?.....	2
Auslaufmodell Print?.....	2
Verlag 3.0: Kunden als Publisher.....	3
Verlag 3.0: Vom Content- zum Community-Publisher.....	3
Technische Grundlagen.....	3
Umsetzung von Crossmedia Publishing.....	3
Crossmediale Redaktionssysteme in Verlagen.....	3
Systeme für Cross Media-Publishing.....	3
Welche E-Book-Formate werden sich durchsetzen?.....	3
Mergers & Acquisitions.....	4
Verlagsbewertung: Die richtige Vorgehensweise.....	4
Unternehmensberatung.....	4
Was müssen Unternehmensberatungen leisten?.....	4
Welche Beratung brauchen Verlage?.....	4
Weiterbildung und Personalentwicklung.....	4
Warum Seminare alleine nicht ausreichen.....	4
Auch Verlage brauchen aktive Personalentwicklung.....	4
Urheberschutz.....	5

Fachartikel-Archiv

Content Management

XML: Herausforderungen und Chancen für Zeitschriftenverlage

Klaus Kresse, langjähriger Geschäftsführer einer Corporate-Publishing-Agentur, analysiert in diesem Artikel die Einsatzmöglichkeiten von XML vor allem in Zeitschriftenverlagen. Ich durfte meine Erfahrungen dazu einbringen - unser gemeinsames Fazit: "[XML ist die perfekte Basis für die Mehrfachverwendung von Inhalten – und damit in Zeiten des Multi-Channel-Publishings für Verlage unverzichtbar](#)".

Trendanalyse

Der Wandel der Fachverlage - eine Analyse

In diesem Fachartikel, erschienen im buchreport.magazin 12/2016, erläutert Ehrhardt F. Heinold den [Wandel der Fachverlage zu Informations- und Service Providern](#).

Publishingstrategie

Zeitschriften als Marken

In diesem Fachartikel, erschienen in impresso 4/2016, erläutert Ehrhardt F. Heinold, warum es für Zeitschriften Sinn machen kann, sich als [Marken zu verstehen und positionieren](#).

Viele Relaunches verfehlen ihr Ziel

Wenn die Auflage fällt oder ein neuer Chefredakteur kommt, muss ein Relaunch her. Doch das Mittel wirkt oft nicht, wie zahlreiche aktuelle Beispiele belegen. Eine Bestandsaufnahme von Helmut van Rinsum in der Verbandszeitschrift impresso, die Ulrich Spiller als Interviewpartner unterstützt hat. [Artikeldownload](#).

Relaunchen - aber richtig!

In diesem Artikel erläutert Ulrich Spiller zusammen mit Ko-Autor Olaf Deininger, welche Schritte für einen erfolgreichen Zeitschriften-Relaunch notwendig sind. Sie zeigen, dass lediglich eine Überarbeitung des Layouts kein Relaunch ist, sondern dass hierfür vor allem eine Analyse von Markt, Kunden und Wettbewerbern notwendig ist. Download des [Fachartikels](#) als PDF-Datei.

Zukunft der Inhaltevermarktung?

"Copyright, Content, Kunden" - mit welchen Inhalten und mit welchen Geschäfts- und Erlösmodellen werden Verlage zukünftig noch Geld verdienen? Diese grundlegende Zukunftsfrage reflektiert Ehrhardt F. Heinold in einem Fachartikel für den E-Mail-Newsletter Online-Marketing. Download als [PDF-Datei](#).

Auslaufmodell Print?

Die sich verändernde Rolle von Printprodukten in einer digitalen Medienwelt reflektiert Ehrhardt F. Heinold in diesem Meinungsbeitrag für das Buchreport Magazin. Download als [PDF-Datei](#).

Das gleiche Thema wird in einem kurzen Artikel für die Nordsee-Zeitung behandelt. Download als [PDF-Datei](#).

Verlag 3.0: Kunden als Publisher

In diesem Meinungsbeitrag für das Börsenblatt des deutschen Buchhandels schreibt Ehrhardt F. Heinold seine Meinung über den Stand der Entwicklung der Verlage. Download des [Artikel](#) als PDF-Datei.

Verlag 3.0: Vom Content- zum Community-Publisher

In diesem Interview mit dem Fachmagazin Buchreport erläutert Ehrhardt F. Heinold das neue Modell für Verlage, bei dem sie sich von einem reinen Content- zu einem vernetzten Community-Publisher verwandeln. Download des [Artikel](#) als PDF-Datei.

Technische Grundlagen

Umsetzung von Crossmedia Publishing

In diesem Überblicksartikel, erschienen im DOK.Magazin Mai / Juni 2014, erläutert Ehrhardt F. Heinold, wie Verlage und Unternehmen eine Crossmedia Publishing-Strategie erarbeiten können.

Download als [PDF-Datei](#).

Crossmediale Redaktionssysteme in Verlagen

Welche Chancen bieten crossmediale Redaktionssysteme für Verlage - und welche Schritte sollten gegangen werden, um eine solche Infrastruktur zu schaffen? In diesem Fachartikel, erschienen im dok.magazin 3/2010, erläutert Ehrhardt F. Heinold die technischen Grundlagen für crossmediales Publizieren.

Download als [PDF-Datei](#).

Systeme für Cross Media-Publishing

Systeme für Redaktion, Media Assets und Content Management werden immer leistungsfähiger und wachsen zusammen, allerdings muss bei einer Systemwahl eine genaue Prüfung erfolgen - erläutert Ehrhardt F. Heinold in diesem Interview mit der Zeitschrift cp wissen. Download des [Fachartikels](#) als PDF-Datei.

Welche E-Book-Formate werden sich durchsetzen?

EPUB, Mobipocket, PDF? In diesem Fachartikel, erschienen im Börsenblatt spezial Fachmedien 2009, analysiert Ehrhardt F. Heinold den Markt der E-Book-Formate.

Download als [PDF-Datei](#).

Mergers & Acquisitions

Verlagsbewertung: Die richtige Vorgehensweise

Im Zusammenhang mit den vielen Berichten der letzten Zeit über Verlagskäufe und -verkäufe stellt sich so mancher Verleger die Frage: Was ist eigentlich mein Verlag wert? Hierauf nur eine oder gar die richtige Antwort zu geben, fällt schwer, da es auf die jeweilige Ausgangssituation und die Zukunftsaussichten ankommt. Einige denkbare Konstellationen und vor allem die Ausgangsbasis für eine Bewertung werden in diesem Fachartikel von Ulrich Spiller dargestellt. Download des [Fachartikels](#) als PDF-Datei.

Unternehmensberatung

Was müssen Unternehmensberatungen leisten?

In diesem Artikel für die Zeitschrift Wissensmanagement erläutert Ehrhardt F. Heinold, was eine gute Unternehmensberatung auszeichnet und wie man ein Briefing für die Beraterauswahl erarbeitet. Fazit: "Eine professionelle Beratung kann einem Unternehmen große Vorteile bieten: Innovationsprozesse werden befördert, neue Methoden und Erkenntnisse abgebaut, Projekte schneller konzipiert und umgesetzt. An diesen nachhaltigen Erfolgen wird sich letztlich jede Beratung messen lassen müssen." Download des [Fachartikels](#) als PDF-Datei.

Welche Beratung brauchen Verlage?

In diesem Fachartikel beschäftigt sich Ulrich Spiller mit der Frage, welche Form von Unternehmensberatung für Verlage sinnvoll ist. Download des [Fachartikels](#) als PDF-Datei.

Weiterbildung und Personalentwicklung

Warum Seminare alleine nicht ausreichen

"Weiterbildung allein genügt nicht: Personal- und Unternehmensentwicklung am Beispiel von Internetprojekten": In diesem Artikel erläutert Ehrhardt F. Heinold, warum Weiterbildung oft nicht den gewünschten Erfolg bringt. Der Artikel zeigt anhand eines Beispiels, wie durch eine umfassende Weiterbildungskonzeption die gesamte Unternehmensentwicklung positiv beeinflusst werden kann. Download des [Fachartikels](#) als PDF-Datei.

Auch Verlage brauchen aktive Personalentwicklung

"Innovative Personalarbeit in Fachverlagen": In diesem Artikel erläutert Ehrhardt F. Heinold, warum es gerade für Verlage zunehmend wichtiger wird, die Mitarbeiterpotentiale zu erkennen und zu fördern. Download des [Fachartikels](#) als PDF-Datei.

Urheberschutz

Alle Fachartikel sind urheberrechtlich geschützt. Eine Veröffentlichung bedarf der Zustimmung der Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung GmbH.