



HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

Zukunftsforum Zeitschriften: Medienmarke, Cash Cow, Auslaufmodell?

<http://hspartner.de/jsp292/site/hauptmenue/veranstaltungen/zeitschriften/2009>

Inhalt

Die Fachkonferenz für Zeitschriftenverlage	1
Mehr als 80 Teilnehmer beim 1. Zukunftsforum Zeitschriften	1
Medienmarke, Cash Cow, Auslaufmodell - Quo vadis Zeitschriften?	1
Die Themenschwerpunkte	2
Das Programm	2
Zielgruppe, Termin, Ort, Konditionen	3

Die Fachkonferenz für Zeitschriftenverlage

Mehr als 80 Teilnehmer beim 1. Zukunftsforum Zeitschriften

Medienmarke, Cash Cow, Auslaufmodell - Quo vadis Zeitschriften?

Unter dem Titel "Medienmarke, Cash Cow, Auslaufmodell? – Neue Geschäftsmodelle für Fach- und Special-Interest-Zeitschriften" haben wir gemeinsam mit der Akademie des Buchhandels in München am 9. Dezember 2009 das erste Zukunftsforum Zeitschriften veranstaltet. Zeitschriften gelten in Zeiten der Wirtschaftskrise und des Medienwandels plötzlich als eine gefährdete Spezies: Anzeigenumsätze können selbst mit wachsendem Serviceaufwand kaum gehalten werden. Leser – auch von Fachzeitschriften – sind immer schwerer zu gewinnen und zu halten. Durch die neuen Entwicklungen scheinen beide klassischen Erlösmodelle – Werbung und Paid Content – bedroht. Dabei waren Zeitschriften jahrzehntelang die Umsatzbringer und das stabile ökonomische Fundament für viele Verlage. Doch wie können Zeitschriften auf den drohenden Verlust ihrer Alleinstellung im Informationsmarkt reagieren? Und wie können Anzeigenkunden, die zunehmend auf Onlinewerbung setzen, gehalten werden?

Einen ausführlichen Tagungsrückblick finden Sie [auf meinem Blog](#).

Lesen Sie auch zwei Interviews mit Referenten:

Jörg Künkel: [Die meisten Relaunches sind keine](#)

Michael Himmelstoß: ["Zeitschriften werden auch künftig eine zentrale Rolle spielen"](#)

Die Themenschwerpunkte

- Herausforderung Digitalisierung – Zeitschriften auf dem Weg in eine mehrmediale Zukunft
- Quo vadis Zeitschriften? Businessmodelle, Vertriebs- und Erlösstrukturen
- Erfolgsfaktor Print – Von der Neugründung zur Marktführerschaft
- Neue Geschäftsfelder: Eventmanagement und Corporate Publishing
- Mediaspendings heute und morgen: Was Werbekunden von Verlagen erwarten
- Das neue Anzeigenmarketing: Verlage als Dienstleister für Werbekunden
- Erfahrungsaustausch mit führenden Vertretern aus Fach- und Special-Interest-Verlagen

Das Programm

Einführung

- Zeitschriften auf dem Weg in die mehrmediale Zukunft, Ehrhardt F. Heinold, Heinold, Spiller & Partner

Print lebt!?

- Von der Wochenzeitschrift zur innovativen Medienmarke: Die Zeit auf Erfolgskurs, Dr. Rainer Esser, Die Zeit
- Vom Trendsetter zum Marktführer: Das Beispiel Landlust, Karl-Heinz Bonny, Landwirtschaftsverlag

Von Line Extensions bis Publishing 3.0 – Medienmarken im Wandel

- Best Practice Vogel Business Media, Stefan Rühling, Vogel Business Media
- Mit dem Kunden gehen – Vom Loseblattwerk zur mehrmedialen Zeitschriftenmarke, Jan Ossenbrink, nwb Verlag
- Vom Printprodukt zum Informationsproviding – Die Haufe-Strategie, Birte Hackenjoh, Haufe Mediengruppe
- Von der Zeitschrift zur Medien- und Eventmarke – Das Konzept der Zeitschrift »Tour«, Thomas Musch, tour
- CP als strategische Option – Vom Fachverlag zum Customized Publishing-Dienstleister, Peter Schneider, dfv corporate media

Werbung 2.0 – den Kunden im Fokus

- Allheilmittel Relaunch? Wie Zeitschriften attraktive Werbeträger bleiben, Jörg Künkel, künkellopka

Resümee und Ausblick

- Neue Vertriebs- und Erlösmodelle – Wohin entwickelt sich das Geschäftsmodell Zeitschrift? Paneldiskussion mit: Ralf Deppe, der neue Vertrieb (Moderation), Martin Korosec, Verlag Werben & Verkaufen, Michael Himmelstoss, Carl Hanser Verlag, Dr. Christian Rotta, deutscher Apotheker Verlag

Konferenzmoderation: Ehrhardt F. Heinold, Geschäftsführer, Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung

Zielgruppe, Termin, Ort, Konditionen

Das nächste Zukunftsforum Zeitschriften ist für Dezember 2010 geplant. Die Konferenz richtet sich an Geschäftsführer, Fach- und Führungskräfte, vor allem aus den Bereichen Redaktion, Vertrieb, Marketing, Herstellung und Anzeigenverkauf, sowie an Online-Manager aus Fach- und Special-Interest-Verlagen.

Weitere Informationen erteilt Tina Findeiß, Akademie des deutschen Buchhandels, Tel.: 089 / 29 19 53 - 64, E-Mail: tina.findeiss@buchakademie.de. Weitere Information auf dem [Flyer](#) oder auf der [Konferenz-Website](#).