



HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

Zukunftsforum Zeitschriften: Das Forum zur Weiterentwicklung von Zeitschriftenmarken

<http://hspartner.de/jsp292/site/hauptmenue/veranstaltungen/zeitschriften/2015>

Inhalt

Das 6. Zukunftsforum Zeitschriften.....	1
The Future Magazine.....	1
Eine Branche auf Innovationskurs: Neue Strategien und Geschäftsmodelle auf dem Zeitschriftenmarkt.....	1
Programm.....	1

Das 6. Zukunftsforum Zeitschriften

The Future Magazine

Eine Branche auf Innovationskurs: Neue Strategien und Geschäftsmodelle auf dem Zeitschriftenmarkt

Gruner + Jahr gründet Print-Zeitschriften für die Nische, IDG entwickelt mit Score zielgruppenspezifischen Fach-Content in Echtzeit, Burda Intermedia schafft durch Bnow neue Magazinformate à la BuzzFeed, Falkemedia entwickelt per Reverse Publishing Zeitschriften aus Blogs und Social Media, NWB gründet mit spirit47 eine Innovationseinheit für neue Geschäftsideen.

Print-Neugründungen, Digitalprodukte jenseits der klassischen Website und News-Apps, Paid Content- und Crowdfunding-Lösungen – die Zeitschriften- und Magazinbranche befindet sich auf Innovationskurs. Mit starken Printmarken und Investitionen ins Digitalgeschäft stellen sich Verlage und Medienhäuser den neuen Herausforderungen und verweisen Diskussionen um eine angebliche Krise in ihre Schranken. Durch Innovationskraft und Datenkompetenz entwickeln sie auch außerhalb des tradierten Zeitschriftengeschäfts Produkte und Businessmodelle, die den Zielgruppenbedürfnissen und der sich ändernden Mediennutzung entsprechen – und schafft damit eine breite Basis für ihren Erfolg.

Zusammen mit der Akademie der Deutschen Medien haben wir am 08.12.2015 in München zum 7. Mal das Zukunftsforum Zeitschriften veranstaltet.

Programm

Innovationsfeld Zeitschriftenmarkt: Trends und Strategien

- Einführung: Zeitschriften als Innovationsplattformen, Ehrhardt F. Heinold, Geschäftsführer, Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung
- News Detox – Warum sich Menschen auch übermorgen noch für Magazine begeistern, Peter Wippermann, Geschäftsführer, Trendbüro
- Digitale Medien als innovative Ausbaustufe der G+J Markenwelten, Eva-Maria Bauch, Geschäftsführerin, Gruner + Jahr, G+J Digital Products

Produktinnovation und Diversifikation – Zeitschriften-Best Cases

- Von der Printmarke Bunte zu Bnow – Die Digitalstrategie einer People Brand, Hans Fink, Geschäftsführer, Burda Intermedia Publishing
- Durch E-Paper, Blogs und Social Media zu neuen Zeitschriften – Zur Konzeption und Umsetzung von Sweet Paul, Glückswerk und Am Haken, Kassian A. Goukassian, Geschäftsführer, Falkemedia
- Content, Audience, Sales – Daten monetarisieren mit IDGs Datenelch, Michael Beilfuß, Mitglied der Geschäftsleitung, IDG Business Media

Innovative Geschäftsmodelle – Paid Content Lösungen, Crowdfunding

- Crowdfunding als Markttest – Neue Geschäftsmodelle und Entwicklungsstrategien für das Longreads-Magazin „SZ Langstrecke“, Dirk von Gehlen, Leiter Social Media/Innovation, Süddeutsche Zeitung
- Zwischen iTunes und Online-Kiosk – Paid Content-Lösungen für Print-Magazine am Beispiel Pocketstory, Thorsten Höge, Gründer, Pocketstory

Innovation in Practice – Interaktive Roundtables

- Roundtable 1: Design Thinking
- Roundtable 2: Agile Produktentwicklung
- Roundtable 3: Business-Innovation meets Technology
- Roundtable 4: Content Marketing und Performance Optimierung

Innovationsdynamik im Magazin-Business

- Innovativ, agil, transparent: Neuorganisation und Startup-Kultur im Fachmedien-Business. Das Beispiel spirit47, Thomas Lennartz, Leiter spirit'47, NWB-Verlag
- Fazit: Ehrhardt F. Heinold, Geschäftsführer, Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung