



HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

Studie "Marktstudie zu Crossmedialen Redaktionssystemen"

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

Inhalt

| | |
|--|---|
| Studie..... | 1 |
| Change Management in Fachverlagen am Beispiel Einführung eines Redaktionssystems..... | 1 |
| In Zusammenarbeit mit der Universität Göttingen..... | 1 |
| Zusammenarbeit mit der Universität Göttingen..... | 2 |
| Inhaltsverzeichnis..... | 2 |
| Bezug der Studie..... | 2 |
| Zitierhinweis..... | 3 |

Studie

Change Management in Fachverlagen am Beispiel Einführung eines
Redaktionssystems

In Zusammenarbeit mit der Universität Göttingen

Die Studie untersucht erstmals, welche Veränderungsprozesse bei der Einführung von Redaktionssystemen in Fachverlagen ausgelöst werden – und wie Fachverlage mit diesem Veränderungsprozess umgehen. Die Studie besteht aus zwei Bereichen:

1. Im ersten Teil wird ein auf Fachverlage und die Einführung von Redaktionssysteme abgestimmter Analyserahmen entwickelt.
2. Im zweiten Teil wird dieser Analyserahmen auf zwei Fallbeispiele angewandt: Deutscher Ärzte Verlag und Schlütersche Verlagsgesellschaft

Der Analyserahmen geht davon aus, dass Veränderungen durch Redaktionssysteme auf vier Ebenen in Fachverlagen wirken:

1. Aufbauorganisation
2. Ablauforganisation
3. Kultur (des Unternehmens)
4. Technologie

Die Fallstudien bestätigen die Auswirkungen auf allen vier Ebenen und zeigen damit, wie tief die Auswirkungen einer scheinbar rein technologischen Innovation sein können. Die Veränderungen betreffen dabei nicht nur einzelne Abteilungen wie vor

allem Redaktion und Herstellung, sondern den gesamten Verlag. Ursache hierfür ist die Tatsache, dass Redaktionssysteme das Management von Inhalten und die Erstellung und Publikation von Verlagsprodukten betreffen – und damit in den Kernprozess eines jeden Fachverlages eingreifen. An diesem Kernprozess sind viele Abteilungen beteiligt (Redaktion, Herstellung, IT, Anzeigen), sie alle sind von einer Veränderung betroffen.

Zusammenarbeit mit der Universität Göttingen

Die Studie wurde im Sommersemester 2010 von den Studenten Simone Pfahler, Marie Schulte und Stefanie Sohn an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Georg-August-Universität Göttingen im Rahmen der Masterstudiengänge Marketing und Distributionsmanagement sowie Wirtschaftsinformatik angefertigt. Herausgeber ist die Deutsche Fachpresse.

Inhaltsverzeichnis

- Management Summary
- Ausgangssituation: Change Management und Redaktionssysteme
- Fachverlage im Wandel – Veränderung als Herausforderung
- Wertschöpfung in Fachverlagen
- Einführung von Redaktionssystemen
- Redaktionssysteme als Grundlage für modernes Content Management
- Herausforderungen und Anforderungen
- Change Management
- Veränderung als Prozess
- Wirkungsebenen von Veränderungen
- Change Management als Methode
- Grundlegende Ansätze
- Erfolgsfaktoren und Instrumente beim Change Management
- Fallstudien: Deutscher Ärzte Verlag und Schlütersche Verlagsgesellschaft
- Methodische Vorbemerkungen
- Darstellung der Ergebnisse
- Ausgangssituation und Veränderungsprojekt
- Auslöser der Veränderung
- Ziele der Veränderung
- Wirkungsebenen der Veränderung
- Change-Management-Ansätze
- Interview mit Herstellungsleitern:
- Olaf Wendenburg, Bauverlag
- Vitus Graf, Deutscher Ärzte-Verlag
- Ludger Simon, Schlütersche Verlagsgesellschaft
- Fazit und Empfehlungen
- Planung eines Change-Prozesses
- Erfolgsfaktoren

Bezug der Studie

Die Studie kostenlos auf der [Webseite der Deutschen Fachpresse](#) downgeloaded

werden.

Zitierhinweis

Deutsche Fachpresse (Hg.): Change Management in Fachverlagen. Am Beispiel Einführung eines Redaktionssystems.

Eine Studie von Ehrhardt F. Heinold und PD Dr. Svenja Hagenhoff. Unter Mitarbeit von Simone Pfahler, Marie Schulte, Stefanie Sohn und Ken Fohy, Vitus Graf, Simon Ludger und Olaf Wendenburg. Frankfurt / Main 2010.