



HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

Zukunftsforum Zeitschriften: Faszinierend, nutzwertig, crossmedial: Wie Zeitschriften sich verändern (müssen)

<http://hspartner.de/jsp292/site/hauptmenue/veranstaltungen/zeitschriften/2012>

Inhalt

Das 4. Zukunftsforum Zeitschriften.....	1
Innovative Print-, Digital- und Real-Life-Geschäftsmodelle für Verlage.....	1
Mobile Magazines, Paid Services, Editorial Commerce & Co.....	1
Programm.....	2
Key Notes.....	2
Web-Portal, Content-Pool, Wissensdienst – Neue Ansätze für das Magazin-Business.....	2
Mobile Magazines – Mit Web-Apps, Tabzines & Co. zum integrierten Verlagsportfolio.....	2
Print loves Digital – Magazinerfolg durch Innovation, Marke & Emotion.....	2
Interaktive Roundtables.....	3

Das 4. Zukunftsforum Zeitschriften

Innovative Print-, Digital- und Real-Life-Geschäftsmodelle für Verlage

Mobile Magazines, Paid Services, Editorial Commerce & Co.

Das 4. Zukunftsforum hat am 10. Dezember 2012 in München stattgefunden. Der Ansatz: Aktuelle Neugründungen zeigen, wie radikal sich das Magazin-Business verändert: Neue Titel werden von Anfang an als crossmediale Marken konzipiert. Online-Auftritte und Tablet-Apps flankieren die Print- Ausgabe und durch die Möglichkeit zum Direkt- kauf der besprochenen Produkte via Shopping-App wird E-Commerce zum neuen Umsatzbringer. Hat Print als Kerngeschäftsfeld tatsächlich ausgedient

Klar ist: Die dramatischen Rückgänge von Print- Auflagen und Werbeeinnahmen zwingen Zeit- schriftenverlage dazu, neue Wachstumsmärkte zu erschließen. Dabei gibt es zahlreiche Möglich- keiten, wie sie ihren Kunden einen besonderen Nutzwert bieten und so profitabel bleiben können – von Agenturservices über Events bis hin zu medien- übergreifenden Contentportalen. Doch wann bietet sich welches Geschäftsmodell an und was sind die Erfolgsfaktoren bei der Umsetzung?

Auf dem 4. Zukunftsforum Zeitschriften zeigen namhafte Branchenexperten anhand

von Best Practices, mit welchen Geschäftsmodellen Publikums-, Fach- und Special-Interest-Verlage ihren Content kanalübergreifend monetarisieren können. Von Mobile Apps über B2B-Portale bis hin zu Lesercommunities – die Teilnehmer erfahren, wie sie ihre Medienmarken mit innovativen Produktkonzepten zukunftsfähig gestalten können.

Programm

- Einführung: Zeitschriftenerfolg in der digitalen Medienwelt: Illusion oder Chance?
Ehrhardt F. Heinold, Heinold, Spiller & Partner

Key Notes

- Keine Insel der Seligen: Warum Zeitschriften sich neu erfinden sollten,
Gerrit Klein, Ebner Verlag
- Editorial Commerce bei Burda: Die Zeitschrift als Basis für neue Erlösmodelle,
Dr. Holger Feist, Burda Intermedia Publishing

Web-Portal, Content-Pool, Wissensdienst – Neue Ansätze für das Magazin-Business

- Von der Fachzeitschrift zum digitalen Wissensdienst – Springer für Professionals
Dr. Ralf Birkelbach und Beatrice Gerner, Springer Fachmedien Wiesbaden
- Content-Pool eNeurosurgery – Digitale Fachinformation neu erfinden
Cornelia Schulze, Thieme Publishers

Mobile Magazines – Mit Web-Apps, Tabzines & Co. zum integrierten Verlagsportfolio

- Digitale Markenführung: Erfolgskonzepte von Web bis App,
Falko Ossmann, Auto, Computer & Sport, Axel Springer

Print loves Digital – Magazinerfolg durch Innovation, Marke & Emotion

- Positionierung, Diversifikation, Community – Das inspirierende Medienkonzept der Emotion
Dr. Katarzyna Mol-Wolf, Emotion Verlag
- Mut zum Neuanfang: Relaunch und Repositionierung von Focus Schule
Mathias Brüggemeier, Focus Schule

- Zwischen Abstiegsangst und Angriffslust: Zeitschriften 2013, Georg Altrogge, Meedia

Interaktive Roundtables

- Erfolgreiche iPad-Strategien für Zeitschriften
- (Mobile) Paid Content-Modelle umsetzen
- Digitale Transformation eines B2B-Printportfolios