



**Heino l d, Spil l er & Partner**  
Unternehmensberatung GmbH BDU  
Behringstrasse 28a  
22765 Hamburg

Telefon: 040/3986620 · Fax: 040/39866232  
E-Mail : info@hspartner.de · Web: www.hspartner.de

## **Fachzeitschriften Online**

### **Bestandsaufnahme und Perspektiven. Eine Studie**

#### **Herausgegeben von Ehrhardt F. Heinold**

Als zielgruppen- und themenbezogene Informationsdienstleister bringen Fachzeitschriften optimale Voraussetzungen mit, um online erfolgreich zu sein. Sie sind prinzipiell in der Lage, Mehrwerte zu schaffen, die das Surfen auf ihren Webseiten für Print-Leser und andere User spannend machen: Archive, Dokumentationen, interessante Links, Online-Shopping rund ums Thema etc. Der Internet-Auftritt bietet für Fachzeitschriften-Verlage ausgezeichnete Marketing- und Vertriebsperspektiven.

Wie sieht die virtuelle Realität auf den Webpages aus? Die Studie „Fachzeitschriften Online“ führt zunächst systematisch in technische Grundlagen und in die Themen Online-Marketing und -Publishing ein, um anschließend aufgrund einer Analyse von 71 Web-Sites und einer Befragung von Webmastern repräsentative Daten zur Situation der Fachzeitschriften-Auftritte im Internet zu liefern. Darüber hinaus bietet die Studie ausgewählte Fallbeispiele: Internet-Verantwortliche berichten über ihre Erfahrungen, erläutern Zukunftsperspektiven.

Die Verbindung von empirischem mit strategischem Fachwissen macht die Studie zu einer praxisnahen Entscheidungshilfe für alle Verlage, die ihren Internet-Auftritt vorbereiten oder erfolgreicher gestalten wollen.

#### **Aus dem Inhalt:**

##### **Technische Grundlagen einer Internet-Site von Michael Klems**

- Technische Umsetzung: To make or to buy
- Kostenmodelle für die Internet-Präsenz von Verlagen
- Kriterien für die Anschaffung eines eigenen Server-Systems
- Gestaltungsmöglichkeiten im World Wide Web (Tabellen, Anzeige von Grafiken/Abbildungen, Formulare, Mehrfenstertechnik u.v.m.)
- Technische Entwicklungen, u.a. Push-Technologie

##### **Online-Marketing für Fachverlage von Leopold Bergmann**

- Das Internet und die strategische Verlagsplanung, Cross-Publishing und Cross-Marketing: Internet und Verlagsmarketing
- Was die Homepage bieten soll: Aktualität, Interaktivität, Interkonnektivität, Individualisierung, Multimedialität, Geschwindigkeit und Funktionalität, “Content, Community und Credibility”
- Web-Promotion: Die Homepage ist da – was nun?  
URL, Suchmaschinen, Link und Bannertausch, Banner-Marketing, Spiele, Sponsoring, Content-for-Traffic und strategische Allianzen, Push-Marketing, Presseliste, Web-Ringe
- Site-Vermarktung: Wieviel Profit darf's denn sein?
  - Die Kultur des Gebens: Alles ist möglich, alles ist frei
  - Die Fachverlags-Site als Marketing-Tool
  - Die Fachverlags-Site als Werbeträger: Banner-Marketing, Buttons, Links, Sponsoring u.v.m.
  - Das Online-Abonnement und andere Wege zum Inhalte-Verkauf
  - Vertriebs- und Marketinggemeinschaften mit Kunden
  - Der Verlag als Internet Service Provider
  - E-Commerce: Was Verlage alles im Internet verkaufen können
- Beispiel für eine Deckungsbeitragsrechnung einer Web-Site

Bitte per Post oder Fax (040/39866232) an uns zurücksenden

**Heinold, Spiller & Partner**  
Behringstraße 28a

22765 Hamburg

### **Aus dem Inhalt (Fortsetzung):**

#### **Bestandsaufnahme der Fachzeitschriften-Web-Sites**

71 Online-Angebote deutschsprachiger Fachzeitschriften wurden anhand eines Fragebogens analysiert. Als Auswahlbasis diente die Medien-Linkliste der Deutschen Fachpresse ([www.fachpresse.de](http://www.fachpresse.de)).

Untersucht wurden u.a. Service, Verlagsinformation, Informationen und Werbung zum Printtitel, Online-Inhalte (News, Fachglossar, Events, Jobbörse, Newsletter, Datenbanken, Download u.v.m.), Print- und Online-Anzeigenmarketing, Vertriebsmarketing, E-Commerce, Screendesign/Technik.

#### **Webmaster-Befragung**

Eine Befragung von Webmastern bzw. Internet-Verantwortlichen deutschsprachiger Fachzeitschriften zu den Perspektiven ihres Aufgabenbereiches. Die Auswertung erfolgte auf der Basis von 25 Antworten.

#### **Case Studies**

Für die Fallstudien wurden die Verantwortlichen von sechs Online-Angeboten befragt: BauNetz, Computerwoche Infonet, Deutsche Verkehrs-Zeitung online, kress online, Landbuch Verlag und das Link-Projekt des Springer Verlags (Heidelberg/Berlin). Um einen möglichst breitgefächerten Überblick zu gewährleisten, wurde bei der Auswahl darauf geachtet, Internet-Informationsangebote von ganz unterschiedlicher Konzeption und Größe vorzustellen – mit dem Ziel, Beispiele für Internet-Management aufzuzeigen, die von Fall zu Fall als Orientierungshilfe dienen können.

#### **Literaturverzeichnis, Liste einschlägiger Internetadressen**

Die Studie ist im Oktober 1998 erschienen.

---

#### **Bestellung**

- Hiermit bestelle ich gegen Rechnung ein Print-Exemplar der Studie „Fachzeitschriften Online“ zum Sonderpreis von Euro 40,00 - zzgl. MwSt. inkl. Porto/Versand.
- Hiermit bestelle ich gegen Rechnung PDF-Exemplar der Studie „Fachzeitschriften Online“ zum Sonderpreis von Euro 25,00 - zzgl. MwSt. inkl. Porto/Versand.

---

Name/Vorname

---

Firma/Abteilung

---

Straße/Postfach

---

PLZ/Ort

---

Telefon/Fax/E-mail

---

Datum

Unterschrift