



Fachzeitschriften Online

Bestandsaufnahme und Perspektiven. Eine Studie.

Herausgegeben von Erhardt F. Heinold

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

- Kein leichtes Brot: Die Internet-Präsenz: 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

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). 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 ihren 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 vorstellen zu können. Ziel ist es, Beispiele für Internet-Management aufzuzeigen, die von Fall zu Fall als Orientierungshilfe dienen können.

Literaturverzeichnis, Liste einschlägiger Internetadressen