



# Studie „Medienneutrales Publizieren“

*Herausgegeben vom Arbeitskreis Elektronisches Publizieren (AKEP)  
im Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V.*

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort

### **Teil 1: Einleitung**

1. Die Bedeutung von Medienneutralem Publizieren
2. Ziele und Methodik der Studie

### **Teil 2: Ergebnisse**

1. Content- und Marketingstrategien
2. Datenmanagement
3. Organisation und Personal

### **Teil 3: Kernfragen, Konsequenzen und ein Ausblick in Thesen**

1. Kernfragen
2. Konsequenzen
  - a. Elektronisches Publizieren als Anlass zur Neugestaltung von Geschäftsprozessen
  - b. Herausforderung für die Personalentwicklung
3. Thesen

### **Teil 4: Anhang**

1. Tabellen
2. Kurzglossar Datenformate
3. Fragebogen im Wortlaut
4. Verzeichnis der Diagramme und Tabellen

## **Weitere Informationen und Bestellung:**

Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung GmbH BDU  
Ehrhardt F. Heinold  
Behringstraße 28a  
22765 Hamburg  
Telefon: 040/3986620  
Fax: 040/39866232  
Email: info@hspartner.de  
Internet: www.hspartner.de