



Thema dieser Ausgabe:

- Die zentralen Themen für 2008
- Web 2.0: Das kompakte Eintagesseminar: Noch wenige Plätze frei!

Kontakt und weitere Informationen:

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

Die zentralen Themen für 2008

Von Ehrhardt F. Heinold

Fast schon eine Tradition: In der Januar-Ausgabe unseres Newsletters beschäftigen wir uns mit zentralen Trends des gerade begonnenen Jahres. Dieses Mal möchten wir sechs Megatrends skizzieren, von denen wir glauben, dass vor allem Fach- und Special-Interest-Verlage sich damit in diesem Jahr beschäftigen müssen: Individualisierte Produkte, CRM und Endkundenmarketing, noch mehr Web 2.0, integrierte Infrastruktur, medienübergreifendes Arbeiten und noch mehr Direktvertrieb.

Verlage verändern sich – diese These beschreibt auch die Trends des neuen Jahres. Aus Anbietern von vorgefertigten Inhaltsprodukten werden Content- und Community-Dienstleister. Diese Entwicklung fassen wir unter dem Schlagwort „Verlag 3.0“ zusammen (siehe dazu u.a. die Dezember-Ausgabe des Newsletters). Die folgenden Megatrends sind Bestandteile dieses Szenarios, das wir in diesem Jahr weiter entwickeln werden.

Individualisierte Produkte

Die Digitalisierung macht es möglich: Nicht nur Content, sondern vor allem der Kontext ist King. Die Nutzer werden immer mehr dazu übergehen, Inhalte passend zur Verwendungssituation, in der sie sich befinden, abzurufen. Vor allem in der Fachinformation wird dieser Kontext durch den Bedarf direkt in der Arbeitssituation definiert. Entsprechend flexibel müssen von Verlagen (bzw. Contentanbietern) diese Inhalte angeboten werden. Dabei kann ein Verlag nicht nur bereits publizierte Inhalte, sondern alle Inhalte, die er in einem digitalen Archiv bereithält, anbieten, auch jene, die durch Kunden selbst erstellt worden sind (User Generated Content). Mehr noch, ein Verlag kann zum Dienstleister werden, der Inhalte auf Kundennachfrage erstellt. Dieses Szenario werden wir in der Februar-Ausgabe vertiefend behandeln.

Noch mehr Web 2.0

Jetzt hat das Trendthema auch den letzten Verlag erreicht: Alle denken über Web 2.0-Applikationen nach. Wir werden 2008 eine Web 2.0-Flut erleben. Das Thema ist vielleicht kein Hype mehr, aber die Einbindung der Nutzer in das traditionelle Verlagsmarketing steht erst am Anfang. Allerdings gewinnt das Thema auch an Ernst. Da kein Hype mehr, sind jetzt Geschäftsmodelle gefragt. Schließlich geht es um Investitionen, um Personal, um Business. Jeder kennt ein Beispiel, das funktioniert, und viele, bei denen das (noch) nicht der Fall ist. Das Motto lautet für 2008: Mutige voran – wer rechnen will wie gewohnt, sollte lieber die Finger davon lassen.



CRM und Endkundenmarketing

Über diesen Trend haben wir schon öfter berichtet: Der direkte Kontakt zu den Endkunden gewinnt eine neue Qualität. Immer mehr Verlage können direkt mit ihren Kunden kommunizieren, und die Kunden sind immer mehr bereit, Daten zu hinterlassen. Nun kommt es drauf an, aus den Daten Kundenprofile zu generieren, und aus den Kundenprofilen Informationen für ein aktives Marketing. Aus Kundenadressen kann so ein Customer Relationship Management (CRM) aufgebaut werden, bei dem nicht nach dem Gießkannenprinzip, sondern genau auf den jeweiligen Kundenbedarf abgestimmt kommuniziert wird.

Mehr Direktvertrieb

Zunächst: Der Vertrieb über den Handel bleibt 2008 ein wichtiger Vertriebskanal, zumal, wenn etwa Buchhändler sich zu echten Dienstleistern für Firmen wandeln. Allerdings: Je digitaler die Produkte, je besser das CRM, desto mehr werden Verlage direkt verkaufen (bzw. über Versandhändler oder Contentaggregatoren wie Amazon). Der Strukturwandel im Handel, der eine vor allem für die Fach- und Special-Interest-Märkte eine weiter sinkende Beratungsqualität mit sich bringt, zwingt die Verlage in den Direktvertrieb.

Integrierte Infrastruktur

Zur Umsetzung des hier beschriebenen Verlagsszenarios bedarf es einer leistungsfähigen Infrastruktur, bei der die einzelnen IT-Module ineinander greifen: Content Management / Redaktionssystem, Kundendaten / Customer Relationship Management und Verlags-EDV / ERP. Diese Infrastruktur muss automatisierte, standardisierte und gleichzeitig flexibel gestaltbare Workflows ermöglichen. Denn nur so können digital zugängliche Contenteinheiten rentabel erstellt und vermarktet werden.

Medienübergreifendes Arbeiten

Gedrucktes bleibt weiterhin eine tragende Säule im Medienangebot von Verlagen – aber es wird zunehmend ergänzt, in Teilbereichen auch ersetzt durch digitale Angebote. Um dieses mehrmediale Produktangebot kundenorientiert zu erstellen, braucht ein Verlag zweierlei:

1. Eine Verlagsorganisation, die nicht nach Medientypen, sondern nach Kundengruppen organisiert ist und je nach Kundenbedarf entscheidet, in welcher Form Inhalte und Services vermarktet werden.
2. Mitarbeiter, die medienübergreifende Produkte erstellen und vermarkten können.

Diese beiden Anforderungen klingen trivial, aber bei vielen Verlagen sind sie keineswegs umgesetzt. Hier wird Change Management notwendig sein, um gewohnte Denk- und Arbeitsweisen zu verändern.

Veranstaltungshinweise

Zum Thema Verlag 3.0 wird es 2008 einige Veranstaltungen mit unserer Beteiligung geben: Herstellertagung (Vortrag, Irrsee, am 1. Mai 2008), Forum Herstellung (Workshop, Klopotek, Berlin, am 9. Mai 2008). Eine Tagung zum Thema ist auch geplant... mehr dazu in Kürze!

Linkhinweis

Ein aktuelles Interview aus dem Buchreport zum Thema Verlag 3.0 können Sie auf unserer [Website](#) kostenlos downloaden.



Das aktuelle Kompaktseminar: Alles zu Web 2.0 an einem Tag - nur noch wenige Plätze frei!

„Web 2.0 - Chance oder Hype?“ heisst das Tagesseminar, an dem Sie alles Wichtige zum Megatrend Web 2.0 erfahren können. Auch wenn der Begriff mittlerweile schon fast wieder abgegriffen wirkt: Web 2.0 ist auch für Ihren Verlag relevant.

Dieses Seminar beschreibt anhand von zahlreichen Fallbeispielen aktuelle Entwicklungen und zeigt damit die zahlreichen Möglichkeiten für Verlage, das Web 2.0-Spektrum für sich zu nutzen – von Blogs, über Communities bis hin zu Audio- und Videocasts. Die Teilnehmer erhalten zudem die Gelegenheit, in Arbeitsgruppen an eigenen Fragestellungen zu arbeiten.

Referent: Ehrhardt F. Heinold (Heinold, Spiller & Partner)

Teilnehmer: Marketing/Werbeleiter, Redaktionsleiter, Verlagsleiter, Internet-Manager

Ort: Schulungszentrum vertriebsunion akademie, Eltville

Termin: 16. Januar 2008

Kosten: 340,- € zzgl. MwSt. für Kunden der vertriebsunion meynen, 440,- € zzgl. MwSt. für alle anderen Teilnehmer. Anmeldung unter:

http://www.vertriebsunion.de/index.php?option=com_rdb_s_seminar§ion=detail&cid=9&Itemid=67