



## Themen dieser Ausgabe:

- **Change Management im Verlag – Ergebnisse einer Diplomarbeit**
- **MIKIs - die Magazine 2.0? Eine innovative Publikationsform mit interessanten An- und Aussichten**
- **Gipfeltreffen der Redaktionssystemanbieter: Das 11. CrossMediaForum in München**

### Kontakt:

Ehrhardt F. Heinold

Telefon: 040/3986620, Fax: 040/39866232

E-Mail: [Ehrhardt.Heinold@hspartner.de](mailto:Ehrhardt.Heinold@hspartner.de), Internet: [www.hspartner.de](http://www.hspartner.de)

---

## Change Management im Verlag – Ergebnisse einer Diplomarbeit

*Von Ulrich Spiller*

**Verlage verändern sich bzw. werden durch die massiven Wandlungen in ihrem Umfeld zu Veränderungen gezwungen. In den meisten Verlagen wird dieser Veränderungsprozess nicht systematisch durchgeführt, die zahlreichen Instrumente des Change Management nur selten eingesetzt. Diese Erkenntnis wird erneut belegt durch eine neue Diplomarbeit aus Leipzig. Zentrale These: Change Management optimiert Wandlungsprozesse, ist aber weithin unbekannt Managementmethode.**

Die Diplomarbeit „Mit Change Management zum zukunftsorientierten Verlag“ wurde von Anne Börnecke im Studiengang Verlagsherstellung am Fachbereich Medien der HTWK Leipzig erstellt und beschäftigt sich besonders mit dem Bereich Herstellung (betreuende Hochschullehrer waren Ulrich Spiller und Prof. Dr. Thomas Heß).

Die Ergebnisse der Diplomarbeit lassen sich in acht Thesen zusammenfassen:

1. Ohne eine effektive Datenhaltung mittels Content Management versinkt der Verlag in Zukunft in der digitalen Informationsflut.
2. Die Standardisierung der Prozessabläufe schafft Freiräume für innovative Ideen. Durch die Automatisierung bestehender Abläufe werden zeitliche und finanzielle Ressourcen freigelegt.
3. Differenzierte Kundenerwartungen müssen in Erfahrung gebracht und zeitnah bedient werden, um als Verlag auch weiterhin am Markt bestehen zu können.
4. Die Punkte 1 bis 3 erfordern Veränderungen in den heutigen Abläufen. Die Mitarbeiter in diesen Veränderungsprozess zu involvieren, ist eine wichtige Aufgabe. Nur so kann das Verständnis für die anstehenden Modifikationen geweckt und somit Engagement und Motivation erzeugt werden.
5. Kommunikation stellt einen zentralen Erfolgsfaktor im Veränderungsprozess dar.
6. Veränderungen werden in nahezu jedem Verlag durchgeführt, doch wird dies in den meisten Fällen nicht systematisch mittels entsprechender Change Management Methoden begleitet.
7. Change Management ist nicht nur für große Unternehmen von Bedeutung, auch kleine und mittelständische Verlage können profitieren.



8. Change Management optimiert die Ziele von Veränderungsprozessen.

Die Autorin zeigt an Hand des Herstellungs-Workflows die zu bewältigenden Veränderungen auf, gibt einen ausführlichen Überblick über die Instrumente, die Aufgaben und die Verantwortlichkeiten. Ein empirischer Teil (es wurde eine explorative Befragung mit 5 Verlagen unterschiedlicher Größe und Ausrichtung durchgeführt, die selbstverständlich keinen Anspruch auf Repräsentativität erhebt, alles in allem aber durchaus den derzeitigen Stand gut widerspiegelt) gibt zusammen mit der Dokumentation der Antworten einen Überblick über die Themen und mögliche Lösungen. Im letzten Teil schließlich wird ein Leitfaden zum Einstieg in erfolgreiches Change Management entwickelt.

Fazit der Autorin: „Wichtig ist, dass Unternehmen die Veränderung als Ganzes betrachten und die jeweiligen internen und externen Einflüsse in ihre Überlegungen mit einbeziehen. Nur so kann der Nutzwert der Veränderung optimiert und zukunftsorientiert agiert werden.“

*Sollten Sie Interesse an dieser Arbeit haben, vermitteln wir gern den Kontakt zur Autorin.*

---

## **MIKIs, die Magazine 2.0? Eine innovative Publikationsform mit interessanten An- und Aussichten**

Von Johannes F. Woll, [jwoll@schweizer-degen.com](mailto:jwoll@schweizer-degen.com)

Vergangene Woche hatte uns die Meldung erreicht, »Hochglanz« sei im Internet angekommen. Als Beleg dafür dienen die neuen Engagements aus dem Hause CondéNast. Die Online-Schwester CondéNet hat zwei so genannte MIKIs realisiert, die [Vogue](#) und die [Vanity Fair](#). Ein weiteres Beispiel ist das neu gelaunchte MIKI von [Glamour](#) mit Beautytrends.

Auf der so genannten Bühne präsentieren sich uns in opulenten Slides jeweils farbungewaltige Bildwelten. Auf jeweils etwa 20 Slides, die über eine Bildlaufleiste, per Mausbewegung oder Pfeiltasten navigiert werden, werden die Illustrierten erstaunlich strahlend und ansehnlich vorgestellt. Bilder gehen dabei vor und werden von den Textinhalten nur gerahmt und ergänzt.

### **Was ist das, ein MIKI?**

Zum einen können MIKIs tatsächlich professionelle, illustrierte Inhalte auf eine neue und noch nicht gekannte Weise, ja fast adäquat, im Internet präsentieren. Dabei substituieren MIKIs nicht die Printmedien, sondern können Print konvergierend verstärken und so zusätzliche Reichweiten generieren. Das Vogue-MIKI zählt gerade 22 Slides und kann damit nur einen ersten Eindruck bieten und will damit neue Leser gewinnen.

Die Erfinder und Macher der MIKIs, die [IntelliMedia AG](#) um Marc Frey und Ralf Greis, betonen zudem, es handele sich um die neue Generation der Online-Magazine für jeden zum Lesen, Mit- und Selbermachen. Oder als einfachen Weg, um eigene Online-Magazine in professionellem Look & Feel zu erstellen und zu publizieren. Als Social Publishing Tool oder Community Publishing Engine, als Symbiose aus Onlinemagazin und WIKI gelauncht, können MIKIs weitaus mehr, als nur Hochglanz ins Web transferieren, sie eignen sich besonders für die Dokumentation von Events.

Aus diesem Grund hatten die Betreiber den Kontakt mit XING intensiviert und im Ergebnis Gespräche mit den Moderatoren der Münchner [XING-Community](#) geführt. Als Ergebnis der Gespräche realisierten IntelliMedia und die Moderatoren der XING Community München das erste Social Community MIKI: Dort werden die Gruppe XING München, ein paar der Eventformate, aber vor allem aktuelle Impressionen von der letzten Party im legendären P1, zu der weit über 1.000 Mitglieder kamen, präsentiert. Machen Sie sich ein Bild, oder lieber gleich eine ganze [Slideshow](#) davon!



Weitere Beispiele für Eventdokumentationen sind die MIKIs zu [LeWeb 2008](#), der wichtigsten europäischen Internetkonferenz, zur [Webweek](#) in Berlin oder auch zu Sportevents wie [Salzburgring classic](#) oder einem [Online Skiatlas](#).

Der MIKI-Editor erlaubt es, Bilder, Texte, Grafiken, Formen und Farben zu nutzen, Verlinkungen, Votings und Kommentarfunktionen zu integrieren sowie unterschiedliche Medien einzubinden. Ganze Teams können MIKIs parallel bearbeiten, auch Slides aus anderen MIKIs integrieren, wobei diese nicht kopiert werden, da die MIKIs nur aufeinander verweisen. Änderungen haben damit einen Einfluss auf alle MIKIs, in denen die Slides angezeigt werden.

*Johannes F. Woll, Gründer von Schweizer Degen. Print & Publishing Consulting berät graphische Betriebe und Medienhäuser in Strategieentwicklung, Business Development und strategischem Marketing. Zudem moderiert er die aktuell 10.000 Mitglieder starke Gruppe »Print & Produktion« auf der führenden Businessplattform Europas XING.*

---

## Gipfeltreffen der Redaktionssystemanbieter: Das 11. CrossMediaForum

Das 11. CrossMediaForum steht unter dem Motto "Vom Content zum Verlagsprodukt: Redaktionelle Workflows, Mehrwertgenerierung und Metadaten". Die führenden Anbieter von Redaktionssystemen und Crossmedia-Lösungen zeigen anhand von Fallbeispielen die innovativsten Lösungen in diesem Bereich. Lassen Sie sich dieses Gipfeltreffen der Systemanbieter nicht entgehen! Im Mittelpunkt dieses Forums steht die Frage, wie ein Verlag seine Inhalte effizient mit Metadaten und Mehrwertdiensten ausstatten und redaktionelle Workflows so managen kann, dass sie in allen Variationen und auf allen Kanälen publiziert werden können. Die Zeit der Insellösungen und Medienbrüche ist vorbei, denn diese kosten Geld und Zeit.

### Programm und Zielgruppe

Das CrossMediaForum bietet an einem Tag praxisorientierte Vorträge mit Fallbeispielen aus Verlagen. Die Veranstaltung richtet sich in erster Linie an Entscheider aus den Bereichen Produktmanagement, Geschäftsführung, IT / EDV, E-Business / Internet und Herstellung.

Das detaillierte Programm wird Mitte März 2009 veröffentlicht. Es erwarten Sie Präsentationen der folgenden Unternehmen:

- Markstein mit Fallbeispiel Deutscher Ärzte Verlag
- Censhare mit Fallbeispiel bbg Betriebsberatungs GmbH
- InterRed
- Le-Tex zum Thema XML
- snap Innovation
- MüllerPrange

### Termin, Ort Konditionen

Das 11. CrossMediaForum findet am 23. Juni 2009 im Maritim Hotel in München statt. Die Teilnahmegebühr beträgt bei Anmeldung bis zum 15. Mai 2009 zum **Frühbucherpreis** € 100,00 (zzgl. Mehrwertsteuer), danach € 150,00 (zzgl. Mehrwertsteuer). Bei Interesse können Sie sich per [E-Mail](#) einen Platz reservieren, wir mailen Ihnen dann die Anmeldunterlagen.

---

### Impressum

Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung GmbH BDU  
Behringstraße 28a, 22765 Hamburg  
Vertretungsberechtigte Geschäftsführer: Ehrhardt F. Heinold, Ulrich Spiller  
Handelsregister: HRB 59101 Amtsgericht Hamburg, Ust-IdNr.: DE 173527460  
Behringstraße 28a, 22765 Hamburg