



## Themen dieser Ausgabe:

- **Web 2.0 in der Verlagswelt**
- **Print goes TV: Verlage steigen ins TV-Geschäft ein**
- **Forum Innovation: Jetzt Plätze buchen!**
- **Das 8. CrossMediaForum im November**

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

---

## Web 2.0 in der Verlagswelt

Von Klaus Eck, econcon, [klauseck@econcon.de](mailto:klauseck@econcon.de)

**Von der deutschen Verlagswelt noch kaum beachtet, bahnt sich im Internet derzeit eine große Veränderung an. Nachdem der Fokus im kommerziell motivierten Internet zunächst auf Handel und dem Verschlinken von Prozessen lag, befassen sich die aktuellen Neuerungen im Netz mit der Kommunikation. Genauer gesagt: mit der Kommunikation zwischen Individuen.**

Die Medienlandschaft und die Rezeption von medialen Inhalten verändert sich durch Weblogs und die so genannte Social Software auf radikale Art und Weise. Denn die Verlage verlieren ihre dominierende Position als Content Produzenten. Inzwischen gibt es weltweit weit über 100 Millionen Weblogs, in denen Menschen ihre Meinung publizieren. Bei diesem User Generated Content wirkt in der Regel kein Verlag mehr mit. Die bisher passiven Leser emanzipieren sich im Zeitalter des Web 2.0 und stellen ihre ganz persönlichen Inhalte ins Netz.

Im Gegensatz zu journalistischen Online-Angeboten bieten Blogs eine viel größere Interaktionsmöglichkeit. Dort können Leser einen Artikel direkt kommentieren. Blogs sind allerdings nicht das einzige Format, das dem einzelnen Beteiligungsmöglichkeiten einräumt. Zu der so genannten Social Software zählen auch Fotoportale wie Flickr, Social-Bookmark-Services wie Del.icio.us und Furl.net sowie Social Networking-Sites wie OpenBC.

Einmal angemeldet, können Nutzer unter del.icio.us, Mister Wong und Furl.net ihre Bookmarks ablegen, mit Schlagworten versehen und kategorisieren. Die Lesezeichen werden hierbei mit anderen Anwendern online geteilt. Dabei können die Anwender jedem Link eigene Schlagworte (so genannte Tags) zuordnen und Linksammlungen aufbauen, die von zahlreichen Nutzern ergänzt werden. Auf Flickr speichern Menschen aus der ganzen Welt ihre privaten Fotos und Verschlagworten sie ebenfalls mit Tags. Dadurch entsteht eine gigantische Bilder-Datenbank, die online verfügbar ist.

Den Verlagen eröffnen sich durch die veränderte Mediennutzung neue Chancen, wenn sie ein Stück ihrer Kontrolle abgeben und ihre Leser an ihrer Publishing-Infrastruktur teilhaben lassen. Wer hingegen weiterhin als alleiniger Contentproduzent seinen Einfluss auf seine Leser nehmen will, muss berücksichtigen, dass die Leser heute im Netz wesentlich aktiver als früher sind und selbst zahlreiche Texte und Bilder ins Internet stellen. Letztlich stehen die Verlage im direkten Wettbewerb um Aufmerksamkeit mit den Online-Inhalten ihrer Leser.

Wenn Verlage jedoch in ihr Portfolio Leser- oder Experten-Blogs integrieren, können Blogger von dem Markenumfeld und der Reichweite der Verlagswebsites profitieren. Gleichzeitig lenken Verlage da-



durch die Aufmerksamkeit der Leser auf einzelne Content-Formate und können deren Themen und Kommunikationsbedürfnisse direkt im Verlagsangebot auffangen. Auf diese Weise generieren sie neue Mehrwerte für ihre Leserschaft und machen ihre Inhalte in der Google-Gesellschaft sichtbar.

Hier einige der im Artikel erwähnten Websites:

[www.flickr.com](http://www.flickr.com)

[www.mister-wong.de](http://www.mister-wong.de)

[www.furl.net](http://www.furl.net)

[www.pr-blogger.de](http://www.pr-blogger.de)

<http://del.icio.us/klauseck>

---

## Unser Innovationsspecial: Das Web 2.0-Update für Ihren Verlag!

Lassen Sie sich an einem Tag über alle relevanten Innovationen rund um das Trendthema Web 2.0 informieren. Wir bieten Ihnen dazu ein kompaktes Inhouseseminar. An einem Tag erhalten Sie Antworten auf Ihre Fragen zu diesem brisanten Themenfeld – und das zu sehr günstigen Konditionen! Informieren Sie sich gleich auf unserer Website [www.hspartner.de](http://www.hspartner.de).

---

## Print goes TV: Verlage steigen ins TV-Geschäft ein

Von Utz Wasner, [utz.wasner@artvoice.de](mailto:utz.wasner@artvoice.de)

**Verleger und Herausgeber von Printmedien suchen verstärkt den Weg zum Bewegtbild, um ihren Lesern ein zusätzliches Informationsmedium zu bieten. Dieser Trend zeigt sich sowohl bei Fachzeitschriften als auch bei großen Buchverlagen, die in Zukunft mit einem Sendefenster auf dem neuen Sender Literatur-TV.com präsent sein möchten.**

Der IDG Business Verlag hat zu zwei Fachpublikationen je einen IPTV-Sender aufgebaut: Die COMPUTERWOCHE startete zur CeBIT ihr CW-TV mit Berichten direkt vom Messegeschehen aus Hannover. Seitdem können die Zuschauer jede Woche aktuelle Beiträge aus den Rubriken Computerwoche im Gespräch, Job&Karriere, Top-Produkt und Quergeschossen sehen. Das laufende Programm startet zu jeder vollen Stunde, darüber hinaus sind die Beiträge im On-Demand-Bereich auch jederzeit einzeln abrufbar. Seit Mitte Mai hat nun auch die IT-Handelszeitschrift ComputerPartner ihren eigenen IPTV-Sender. Auch CP-tv bietet ein laufendes Programm und zeigte aktuell zum Senderstart ein Interview mit LG-Manager Luc Graré sowie mehrere Beiträge über die diesjährige Intel Channel Conference.

Unter IPTV versteht man die Verbreitung von Fernsehinhalten über den weltweiten Standard des Internet-Protokolls (IP). Über IPTV ausgestrahlte Sendungen können an jedem Ort der Welt und über verschiedene Geräte empfangen werden, egal ob über den herkömmlichen Fernseher, PC oder Laptop, Handy, PDA oder andere digitale Geräte. Mit der IPTV-Technologie können Unternehmen, Verlage, Radiosender, Verbände, Parteien oder Privatpersonen eigene TV-Sender kostengünstig aufbauen und ihre Inhalte und Botschaften zielgruppengenau verbreiten. Aktuell gibt es in Deutschland bereits 230 IPTV-Sender, darunter Unternehmenssender wie BMW-TV, Bayer-TV und SEAT-TV, Branchensender wie [Filmguide-TV.com](http://Filmguide-TV.com), [Medizin-TV.com](http://Medizin-TV.com) und [Travelguide-TV.com](http://Travelguide-TV.com), Spartensender wie [Game-TV.com](http://Game-TV.com), [Clip-TV.net](http://Clip-TV.net), [Fashionguide-TV.com](http://Fashionguide-TV.com) und [Musical-TV.com](http://Musical-TV.com), Schulungssender wie [Musikschul-TV.com](http://Musikschul-TV.com) und [Tanzschul-TV.com](http://Tanzschul-TV.com) sowie weitere Messe-, Sport- und Infotainment-Sender.

Etwa die Hälfte der bestehenden IPTV-Sender sind Kundensender, die andere Hälfte sind von ArtVoice selbst betriebene Sender wie [Literatur-TV.com](http://Literatur-TV.com), ein Spartenkanal für alle literaturinteressierten Zuschauer im deutschsprachigen Raum, der im März gestartet ist. Der Free-TV-Sender ist unter [www.literatur-TV.com](http://www.literatur-TV.com) und [www.buch-TV.com](http://www.buch-TV.com) zu empfangen. Neben dem Internet soll der Sender auch via TV-Terminals ab Mitte des Jahres in Buchhandlungen und auf Buchmessen eingeführt werden. Unter dem Motto „Literatur erleben“ werden Beiträge über Bücher, Autoren, Verlage, den Buch-



handel und die Buchherstellung, berühmte Bibliotheken sowie Berichte von Lesungen oder Buchmessen gezeigt. Für Verlage und den Buchhandel bietet der Sender neue Kooperationsmöglichkeiten.

Literatur-TV richtet sich zwar in erster Linie an den literaturinteressierten Zuschauer, aber auch Verlage und der Buchhandel können von dem Sender profitieren, da hier neue und interessante Kooperationsmöglichkeiten geboten werden. Hier reicht die Palette vom Sponsoring über die gemeinsame Studioproduktion bis zum Betrieb eines eigenen Verlags- oder auch Buchhandels-Senders.

Der Spartenkanal wird über TV-Terminals auch direkt an verschiedenen „Point of Sales“ im Buchhandel und Messen platziert, um Leser auf das neue Angebot aufmerksam zu machen.

In einer aktuellen Kooperation mit dem Internet-Portal [Literature.de](http://Literature.de) produziert Literatur-TV.com ab sofort ein monatliches TV-Magazin. In den 60-minütigen Sendungen werden Neuerscheinungen vorgestellt und besprochen sowie Autoren porträtiert und interviewt. Die Zuschauer können die Sendungen über beide Portale kostenlos im Internet anschauen. Mit dem Angebot werden über 500.000 Nutzer beider Portale angesprochen.

*Utz Wasmer ist Chef vom Dienst des Senders Literatur-TV.com. Die ArtVoice-Gruppe ist Patentinhaber zur Abwicklung laufender Programme über IP-basierte Medien und einer der führenden Dienstleister für IPTV.*

---

## Forum Innovation: Jetzt Vortragsslots buchen!

Zum vierten Mal wird das "Forum Innovation" vom 04. - 08.10.2006 von der Frankfurter Buchmesse veranstaltet. Wieder wird das Forum neue Lösungen zum Themenbereich Publishing Solutions bieten. Das Forum hat sich seit Bestehen als der Treffpunkt für innovative und praxiserprobte Lösungen für Verlage etabliert. Das Forum wird seinen Standort wie gewohnt in Halle 4.2 haben. Dienstleister können im Forum ihre Lösungen präsentieren - vor einem kompetenten Publikum, zu attraktiven Preisen! Das Forum wird durch uns betreut, bitte wenden Sie sich bei Interesse an:  
Ehrhardt Heinold, 040/3986620, [ehrhhardt.heinold@hspartner.de](mailto:ehrhhardt.heinold@hspartner.de)

---

## Das 8. CrossMediaForum

Das 8. CrossMediaForum wird am 14. November 2006 in Frankfurt stattfinden und hat das Thema "**Innovative Konzepte für das Crossmedia Publishing und Marketing**". Folgende Themen sind u.a. geplant:

- Fallbeispiel: Einführung eines Redaktionssystems in einem Fachverlag
- Die Möglichkeiten von PDF
- Kundenprofile und Content Management: Eine Integration als Zukunftsaufgabe (Einführungsvortrag und Case Study)
- Printing-on-Demand in einem Publikumsverlag

Die Teilnahmegebühr beträgt € 100,00 mit Frühbucherrabatt, normal € 150 (jeweils zzgl. Mehrwertsteuer). Sie können sich schon jetzt als Interessent registrieren lassen ([E-Mail](#)).