



HEINOLD, SPILLER & PARTNER  
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

## HSP-Newsletter Ausgabe 6/2015

---

Führungskräfte stehen heute vor der Herausforderung, ihren Mitarbeitern mehr Freiräume einzuräumen, ihnen dafür aber auch klare Rahmenbedingungen und Vorgaben zu geben. Gleichzeitig dynamisieren sich durch die zunehmende Projektkultur Strukturen und Zuordnungen. Wie Führungskräfte diesen wachsenden und teilweise divergierenden Anforderungen gerecht werden können, beschreibt Thorsten Schlaak [im ersten Artikel](#). Am Ende des Artikels findet sich ein kleiner Test, der Ihnen hilft, die Führungskultur in Ihrem Unternehmen einzuschätzen.

[Im zweiten Beitrag](#) erläutert Norbert Weitkämper, wie durch neue Suchtechnologien neue Geschäftsmodelle möglich werden. Ein Fallbeispiel aus dem Verlag Klett-Cotta dazu erläutert er übrigens auf dem nächsten [CrossMediaForum](#) am 23. Juni 2015 in München.

Mit herzlichen Grüßen

Ihr

Ehrhardt F. Heinold

### Inhalt dieser Ausgabe

- [Führung in Verlagen - zum Stand der Ermittlungen](#)
- [Neue Geschäftsmodelle durch neue Suchtechnologien](#)
- [Das 17. CrossMediaForum zum Thema Mehrfachverwertung](#)
- [Kompakte Weiterbildung zum "Projektmanager E-Publishing ADM"](#)
- [Die Content World: Das Event zum Thema Content Marketing und Content Strategie](#)

---

### Führung in Verlagen - zum Stand der Ermittlungen

**„Mehr Führung, die Herrschaften!“ möchte man Verlagen zurufen, in Anlehnung an das einschlägige Zitat von Oskar Maria Graf, das man auch auf dem Grund der Tassen im Cafe des Münchner Literaturhauses findet. Dann vielleicht doch treffender „Führung, quo vadis?“ Anmerkungen zum Verschwinden der Führungskraft.**

*Von Thorsten Schlaak, [thorsten.schlaak@hspartner.de](mailto:thorsten.schlaak@hspartner.de)*

„Führung, wo hin gehst Du?“, die Frage stellt sich, wenn man die Diskussionen um die Führung in der Gegenwart und in der Zukunft beobachtet. Eigentlich ist die Frage selbst schon eine Frage der Führung. Die Führungsdiskussion ist ambivalent, aus Mitarbeitersicht werden ...



HEINOLD, SPILLER & PARTNER  
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

## HSP-Newsletter Ausgabe 6/2015

---

- ... einerseits Eigenverantwortung, Augenhöhe, Entscheidungsfreiheit und Wertschätzung vermisst,
- ... andererseits fehlen Entscheidungsstärke, professionelles und zuverlässiges Management, Führungsstärke.

Die Ambivalenz setzt sich aus der Perspektive der Führenden fort, ...

- ... einerseits wird die steigende Komplexität der anstehenden Aufgaben beklagt, die Kontrolle und damit direkte Steuerung ausschließt. Und darüber hinaus wird die Begrenzung von Ressourcen im Hinblick auf Quantität, Qualität und Zeit beklagt. Komplexität und Knappheit führen zu „alternativlosen Entscheidungen“, die keine Wahl lassen,
- ... andererseits besteht weiterhin der Anspruch, richtungsweisende Entscheidungen zu treffen und damit die Zukunft eines Verlages erfolgsversprechend zu gestalten.

Hinzukommt, dass Führung nicht mehr nur als Funktion in einer organisatorischen Einheit betrachtet werden kann. Zwar ist der Unterschied zwischen Aufbau- und Ablauforganisation in der Organisationsentwicklung hinlänglich bekannt, dennoch hat die Komplexität auch hier zugenommen. Mitarbeiter in Verlagen lassen sich nicht mehr ausschließlich als Teil einer Abteilung verstehen, ihr Alltag wird durch abteilungsübergreifende Prozesse, durch unterschiedliche Rollen in unterschiedlichen Projekten sowie durch Zeitdruck und Ressourcenmangel stärker bestimmt, als durch die Steuerung der vorgesetzten Führungskraft. Die Rollen einzelner Personen sind vielfältig und mit unterschiedlichen Gestaltungs- und Handlungsspielräumen verbunden, die von Stunde zu Stunde, von Meeting zu Meeting innerhalb eines Arbeitstages mehrfach wechseln können. Aus der Projektleiterin für „Digitale Geschäftsentwicklung“, die in der Gesellschaftersitzung über die Fortschritte des Projekts berichtet, wird im nächsten Moment die Lektorin, die sich um den Rückseitentext einer Nachauflage kümmern muss.

Vor diesem Hintergrund muss die Rolle von Führung in Verlagsorganisationen reflektiert und überdacht werden. Dabei kommen neue Aufgaben und alte Aufgaben in neuem Gewand ins Bild. Zentrale Aufgabe von Führung bleibt es, Sicherheit zu schaffen, wo Unsicherheit herrscht. Insofern braucht gute Führung auch in Zukunft Gestaltungsspielraum. Darauf legen beispielsweise agile Vorgehensweisen wie Scrum besonderen Wert. Zunächst einmal erscheint Scrum als Projektmanagementmethode, durch die Führung überflüssig wird. Trotz oder wegen der geforderten Agilität strebt Scrum tatsächlich das Gegenteil an, nämlich die Definition von klaren Führungsrollen. In Scrum werden Führungsaufgaben auf das Team, den Scrum-Master und den Project-Owner verteilt, und darüber hinaus werden eindeutige Verfahrensweisen festgelegt. Damit gewinnt die Aufgabe von Führung, optimale Rahmenbedingungen zu schaffen, an Bedeutung. Rahmenbedingungen, die Mitarbeiter, Kollegen und Dienstleister dabei fördern und unterstützen, für (interne und externe) Kunden optimale Ergebnisse zu liefern.



HEINOLD, SPILLER & PARTNER  
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

## HSP-Newsletter Ausgabe 6/2015

---

Die vielfältigen, hier nur angerissenen Dimensionen von Führung in Gegenwart und Zukunft zeigen, dass Führung mehr ist und mehr sein wird, als die Aufgabe von Führungskräften im engeren Sinn. Zwei Hypothesen lassen sich festhalten:

1. Mehr als in der Vergangenheit gehört Selbstorganisation, wenn man so will Selbstführung, zu einem umfassenden Verständnis von Führung. Damit ist Führung die Aufgabe aller Mitarbeiter im Verlag, Coaching als zentrales, unterstützendes Instrument zur Begleitung von Veränderungen rückt in den Blickpunkt der Arbeit von Führungskräften und Beratern. Darüber hinaus wird die Fähigkeit zur Selbstreflexion zur wichtigsten Metakompetenz für Personen, Gruppen, Teams und ganze Organisationen. In naher Zukunft könnte sich diese Metakompetenz zum zentralen Einstellungskriterium für Verlage entwickeln, denn durch diese Fähigkeit können Voraussetzungen geschaffen werden, um anstehende Veränderungen zu antizipieren und besser zu verarbeiten.
2. Zweitens: Führungskompetenz der Zukunft ist Kooperationskompetenz, also die Fähigkeit, Zusammenarbeit zu organisieren, voranzutreiben und zu leben. Kooperationskompetenz ist nicht beschränkt auf sogenannte Führungs- und Leitungskräfte, sondern wird von allen Verlagsmitarbeitern verlangt. Dieses auf Zusammenarbeit ausgelegte Verständnis von Führungsaufgaben umfasst Selbstführung, traditionelle Führung in Hierarchien, sogenannte laterale Führung (z.B. in Projektteams oder als Prozessverantwortliche), Führung in internationalen Umfeldern und in virtuellen Teams. Und es bezieht sich auf abteilungsübergreifende Zusammenarbeit, auf die Zusammenarbeit zwischen Dienstleistern und Auftraggebern, und letztlich auch auf die Kooperation zwischen Verlagen und ihren Kunden.

Wer sich für die These, dass Führungskompetenz in der Fähigkeit zur Zusammenarbeit mündet und in diesem Sinne jede Rolle im Verlag als Führungsrolle zu verstehen ist, weiterführender interessiert, dem sei das Buch „Zusammenarbeit – Was unsere Gesellschaft zusammenhält“ von Richard Sennett empfohlen; kein Managementbuch, sondern eine grundlegende Ausarbeitung zum Thema.

### Wie sieht die Führungssituation in Ihrem Umfeld aus? – Ein Schnell-Check für Sie

Wir haben elf Aussagen zusammengestellt, anhand derer Sie beurteilen können, wie es um Führung in Ihrem Umfeld bestellt ist. Eine Art Führungs-„Selfie“ der Führungsarbeit und der Führungskräfte („Kräfte“ im wörtlichen Sinn, nicht auf Personen bezogen), die in Ihrem Umfeld wirken. Die Aussagen sind vom Ergebnis her konzipiert und können sich auf jede Rolle im Verlag beziehen. Das Verfahren kennen Sie, es besteht aus zwei Schritten: Reflektieren Sie zunächst bitte über Ihre eigene Situation und entscheiden Sie, wie stark Sie den einzelnen Aussagen zustimmen können. In einem zweiten Schritt bewerten Sie das Gesamtergebnis im Hinblick darauf, welche Stärken, Grenzen und Schwächen Sie sehen und welche Veränderungen Sie in der Zusammenarbeit mit anderen bewirken wollen. Wir wünschen in jedem Fall viel Erfolg:



## HSP-Newsletter Ausgabe 6/2015

1. Ich weiß, was an meinem Arbeitsplatz erwartet wird.	1 - 2 - 3 - 4 - 5
2. Ich verfüge über die nötigen Materialien und Arbeitsbedingungen, um meine Arbeit gut und richtig zu machen und um Kundenanforderungen zu erfüllen.	1 - 2 - 3 - 4 - 5
3. Ich habe bei der Arbeit jeden Tag die Gelegenheit, das zu tun, was ich am besten kann.	1 - 2 - 3 - 4 - 5
4. Ich habe in den letzten sieben Tagen für gute Arbeit Anerkennung und Lob erhalten.	1 - 2 - 3 - 4 - 5
5. Meine Vorgesetzte, mein Vorgesetzter oder meine Kollegen bei der Arbeit schätzen mich als Mensch.	1 - 2 - 3 - 4 - 5
6. Ich werde in meinem Unternehmen ermutigt, meine Stärken zu entwickeln.	1 - 2 - 3 - 4 - 5
7. In meinem Arbeitsumfeld hat meine Meinung Gewicht	1 - 2 - 3 - 4 - 5
8. Die Vision und die Unternehmensphilosophie unseres Unternehmens geben mir das Gefühl, dass meine Arbeit wichtig ist.	1 - 2 - 3 - 4 - 5
9. Meine Kollegen fühlen sich verpflichtet und verantwortlich, qualitativ hochwertige Arbeit abzuliefern.	1 - 2 - 3 - 4 - 5
10. Im letzten halben Jahr hat jemand im Unternehmen mit mir über meine Wirksamkeit und meine Weiterentwicklung gesprochen.	1 - 2 - 3 - 4 - 5
11. Ich hatte im letzten Jahr in meinem Unternehmen die Gelegenheit, dazuzulernen und mich weiter zu entwickeln.	1 - 2 - 3 - 4 - 5

### *Schnell-Check: Führung und Zusammenarbeit*

Die Veränderung von Zusammenarbeit und Führung erhalten in unserer Beratungsarbeit immer größeres Gewicht. Daher sind wir an einem Dialog zu den Themen Zusammenarbeit und Führung stark interessiert. Falls Sie also Fragen, Anmerkungen oder Kommentare haben, freuen wir uns über Ihre Rückmeldungen: [thorsten.schlaak@hspartner.de](mailto:thorsten.schlaak@hspartner.de).

## Neue Geschäftsmodelle durch neue Suchtechnologien

### *Interview mit Norbert Weitkämper*

**Neue Suchtechnologien ermöglichen neue Geschäftsmodelle: Inhalte können nach unterschiedlichen Kriterien gefiltert und neu zusammengestellt werden. Dabei können auch Benutzer-zentrierte Informationen mit Inhalten verknüpft werden. Wie das funktioniert, er-**



HEINDOLD, SPILLER & PARTNER  
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

## HSP-Newsletter Ausgabe 6/2015

---

**läutert Norbert Weitkämper, Geschäftsführer der Weitkämper Technology GmbH und Referent auf dem nächsten [CrossMediaForum](#), im folgenden Interview.**

### **Dem NoSQL-Ansatz wird nachgesagt, dass er die Suchtechnologie revolutioniert und bekannte Tools wie Lucene überflüssig macht. Stimmt das?**

Norbert Weitkämper: 1. Datenbank und Text-Suche sind zunächst voneinander unabhängige Technologien. Egal ob SQL oder NoSQL, für die schnelle (Volltext) Suche werden andere Indexstrukturen, Funktionen und Algorithmen als für herkömmliche Datenbankabfragen benötigt. Auch sind die Anforderungen unterschiedlich. In einer herkömmlichen Datenbank sucht man meist nach recht kurzen Strings wie z.B. Datum, Preis oder Namen. Für eine Suche in Text erwarten wir jedoch ein hervorragendes Ranking und Funktionen wie Phrasensuche, Nahe Operator, Facettennavigation, Linguistik, Thesauri oder Klassifikation. Diese speziellen Techniken sind für eine klassische Datenbank nicht so relevant und daher auch nicht vorgesehen. Viele Datenbankanbieter haben daher für Textsuche zusätzliche Software entwickelt oder eingekauft, die sie explizit für diese Anforderung anbieten, z.B. Oracle Text, SAP TREX oder DB2 Text Search. Auch Amazon hat ja mit A9.com Inc. seine eigene Firma speziell für Suchesoftware.

Dokument-orientierte NoSQL Datenbanken integrieren diese Textsuchefunktionen etwas besser, da Sie generell für Text sehr gut geeignet sind und die Anbieter mehr Augenmerk hierauf legen. Aber bei weitem nicht in dem Maße, wie wir es von professionellen Lösungen gewohnt sind.

Egal ob SQL, NoSQL oder ECM, für eine gute Textsuche braucht man immer eine zusätzliche Komponente. Auch wir kombinieren daher in unserer XSEARCH ePublishing Suite unsere NoSQL Datenbank mit unserer bewährten XSEARCH Retrieval.

### **Welche neuen Suchmöglichkeiten und vielleicht sogar Geschäftsmodelle werden durch diesen Ansatz möglich?**

Norbert Weitkämper: Die **Textsuche** unserer Retrieval können wir mit speziellen Suchfunktionen kombinieren, die wiederum eine NoSQL Datenbank besser kann: Suche in allen Zeitungsartikeln nach den Begriffen „Tierschutzverein“ und „Sitzung“ nicht älter als 6 Monate im Umkreis von 20 km meines Heimatortes. Die Textsuche mit der Textretrieval gemacht, die Zeiteinschränkung könnte man performant auch mit der Datenbank machen, die Abfrage der Geokoordinaten hingegen ist auf jeden Fall mit der NoSQL Datenbank besser.

Für erfolgreiche **Geschäftsmodelle** im Bereich ePublishing ist die Kombination aus erstklassiger Textsuche und NoSQL Datenbank ideal. Dokumente und Dateien, egal ob XML, PDF, e-Pub, MP3 oder TIFF, werden zuverlässig in der NoSQL Datenbank verwaltet und organisiert. Aber auch alle Abo- und Preisinformationen, Lizenzmodelle oder das RechteManagement werden bei XSEARCH ePS über die Datenbank gehandelt und sind direkt mit den Dokumenten verknüpft. Somit ist es möglich, Angebote anhand von Themen, Metadaten und Zielgruppen immer wieder neu zu kombinieren und Inhalte sehr flexibel zusammenzustellen, zu vermarkten und somit auf verändernde Märkte sehr schnell zu reagieren.

Sehr schön sind auch die Erweiterungsmöglichkeiten, die diese Technologie bietet. Über weitere Module wie Newsletter oder Blog bis hin zu User-Foren können Verlage nicht nur Content, sondern auch weitere Benutzer-zentrierte Portalfunktionen anbieten und diese direkt



HEINOLD, SPILLER & PARTNER  
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

## HSP-Newsletter Ausgabe 6/2015

---

mit dem Content verknüpfen. Sie erleichtern somit Auf- und Ausbau einer Community Plattform, um Verlagen rund um ihre Inhalte ein Maximum an Kundenbindung und –loyalität zu ermöglichen.

### **Wie funktioniert eine Suche in einer NoSQL-Datenbank?**

Norbert Weitkämper: Der Unterschied zu SQL ist nicht so groß. Wesentliches Merkmal ist, dass die Daten keiner festen Struktur folgen müssen und NoSQL somit mehr Flexibilität bietet, gerade mit Dokumenten. Über getaggte Bereiche können Feldabfragen und Sortierungen erfolgen (Zoning), die über herkömmliche Indexstrukturen beschleunigt werden. Auch relationale Abfragen sind selbstverständlich möglich. Eine einfache Suche nach Text ist bei nahezu allen Systemen vorhanden, doch wird sie in XSEARCH ePS durch unsere erheblich leistungsstärkere Retrieval ersetzt, um professionelle Funktionen wie Facetten, Fehlertoleranz, Suggest oder Linguistik anzubieten.

### **Wie müssen Inhalte aufbereitet sein, um so durchsuchbar zu werden?**

Norbert Weitkämper: Dank der hohen Flexibilität von NoSQL gibt es weniger Ansprüche an den Inhalt. Aber auch hier gilt natürlich, dass von Nichts auch Nichts kommt. Metadaten wie Titel, Autor oder Jahrgang sollten vorhanden sein, um sie gezielt für Trefferliste oder Facetten anzuzeigen. Sie können automatisiert aus den Dokumenten ausgelesen, importiert oder auch direkt in unserem System vom Redakteur bearbeitet werden.

### **Ist NoSQL immer die Antwort, oder machen SQL-Lösungen auch in Zukunft Sinn?**

Norbert Weitkämper: NoSQL ist für weniger stringente Daten wie Dokumente, Tweets, Blogs oder Foren sehr charmant und überlegen. Auch sind die Systeme leichter zu skalieren und sehr performant. Dies zusammen macht sie für BigData sehr interessant. Für Anwendungen im Bereich strukturierter Daten mit starker relationaler Abhängigkeit, beispielsweise Warenwirtschaft, sehe ich keine Vorteile.

### **Ihr Vortrag, den Sie auf dem [CrossMediaForum](#) gemeinsam mit Thomas Kleffner halten, lautet: „Cross Media Publishing mit der XSEARCH PDF Publishing Suite am Beispiel der Fachzeitschriften des Klett-Cotta Verlags“. Was wird die Kernbotschaft sein?**

Norbert Weitkämper: Wir zeigen den kompletten Workflow von den Satzdaten bis hin zum Online Publishing. XSEARCH ePublishing Suite bietet das Web basierte Managen der Dokumente, Lizenzen und Rechte im Backend bis hin zur Freigabe für die Online Aktualisierung.

---

## **Das 17. CrossMediaForum zum Thema Mehrfachverwertung**

Das 17. CrossMediaForum wird am 23. Juni 2015 in München stattfinden und beschäftigt sich mit einer Anforderung, die immer öfter an Verlage gestellt wird: "Umsetzungsszenarien für mediengerechtes CrossMediaPublishing". Das Thema adressiert die Frage, wie Redaktionen und Verlage unterschiedliche Versionen und Aufbereitungsformen am besten crossmedial erstellen und publizieren können. Bei diesem CrossMediaForum wird es um folgende Fragen gehen:



HEINOLD, SPILLER & PARTNER  
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

## HSP-Newsletter Ausgabe 6/2015

---

- Wie kann XML für die unterschiedlichen Aufbereitungsansätze genutzt werden?
- Welche Perspektiven bietet der No-SQL-Ansatz?
- Wie sieht der Content-Workflow für unterschiedliche Contentversionen aus?
- Wie können Metadaten optimal genutzt werden?
- Wie lassen sich unterschiedliche Metadaten für unterschiedliche Versionen erstellen und verwalten?
- Welche Möglichkeiten, aber auch Grenzen hat der Single Source-Ansatz?

### Programm

- **Workflows und Cross Media-Publishing flexibel gestalten durch den XML-Standard XQuery – ein Ausblick**  
Sebastian Wiemer, Managing Consultant, adesso AG
- **Crossmedia-Publishing mit NoSQL-Techniken: Möglichkeiten, Einsatzszenarien, Bewertung**  
Christian Kohl, Director Information & Publishing Technology, Walter de Gruyter GmbH
- **Mit automatisch generierten Metadaten zum Erfolg – Über On Demand Publishing und vertriebskanalspezifische Metadaten**  
Alexander Siebert, Geschäftsführer Retresco GmbH
- **Cross Media Publishing mit der XSEARCH PDF Publishing Suite am Beispiel der Fachzeitschriften des Klett-Cotta Verlags**  
Norbert Weitkämper, Geschäftsführer Weitkämper Technology GmbH, Thomas Kleffner, Leiter Zeitschriften, Klett-Cotta Verlag
- **GROH Verlag: Eine Xmediale Geschichte von der Symbiose zwischen Kreativität und Technologie**  
Ulrike Zillmann, Datenbankmanagement, Groh Verlag, Matthias Kraus, Geschäftsführer, appsoft Technologies GmbH
- **Raus aus der Belanglosigkeit – Mehr Sichtbarkeit durch zentrales Metadatenmanagement**  
Ralph Kissner, Geschäftsführer, Six Offene Systeme GmbH
- **Von der Industrie lernen: Effizientes Crossmedia-Publishing durch Prozessoptimierung und Standardisierung**  
Jörn Fahsel, Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Fachbereich Buchwissenschaft, Universität Erlangen
- **Crossmedia-Publishing – eine Bilanz: Vom Single Source-Traum zur Multichannel-Realität und wieder zurück**  
Ehrhardt F. Heinold, Geschäftsführer, Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung GmbH
- **Round Table-Diskussionen mit den Referenten**

*Änderungen des Programms sind möglich!*

### Kostenlose Erstberatung am Vortag!

Denken Sie in Ihrem Haus zurzeit darüber nach





HEINOLD, SPILLER & PARTNER  
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

## HSP-Newsletter Ausgabe 6/2015

---

- wie sich Inhalte noch effektiver produzieren und zukunftssicher archivieren lassen?
- was notwendig ist, um Produkt- und Produktionsdaten optimal zu verwalten?
- wie sich mit der semantischen Aufbereitung von Inhalten neue Produkt- und Vermarktungsformen erreichen lassen?
- was bei der Einführung eines Media Asset Systems oder Content Management System zu beachten ist?

Dann profitieren Sie von unserer Expertise aus zahlreichen Crossmedia-Projekten und kommen Sie zu unserer kostenlosen Erstberatung am Vortag (22.06.2015) - selbstverständlich unverbindlich und absolut vertraulich. Alle Informationen zu diesem Angebot finden Sie auf unserem [Infoblatt](#).

### Termin, Ort, Konditionen

Das CrossMediaForum findet am 23. Juni 2015 in München im Hotel Maritim (Goethestraße 7) statt. Die Teilnahmegebühr beträgt 150 EUR (jeweils zzgl. Mehrwertsteuer). Sie können sich per [E-Mail](#) anmelden oder per Fax über das [Infoblatt](#).

---

### Kompakte Weiterbildung zum "Projektmanager E-Publishing ADM"

Von der Strategieentwicklung über die Konzeption und Vermarktung bis zur technischen Umsetzung - das Projektmanagement von E-Medien und digitalen Content-Angeboten erfordert spezielle Kenntnisse. Verlags- und Medienunternehmen stehen deswegen vor der Herausforderung, E-Publishing-Know-how im eigenen Unternehmen aufzubauen. Denn Mitarbeiter müssen, um einen reibungslosen Projektablauf zu gewährleisten, bisherige Arbeitsprozesse verändern und Sicherheit im Umgang mit E-Projekten erlangen. Nur mit der entsprechenden Qualifikation können Sie das im E-Business liegende Potenzial dauerhaft für ihr Unternehmen ausschöpfen. Der "Projektmanager E-Publishing ADM" wird von uns inhaltlich konzipiert und vor Ort begleitet.

Das Programm:

- 1. Tag: Strategie: Medienmarken, Zielgruppen und Geschäftsmodelle im E-Publishing
- 2. Tag: Produkt-Konzeption von E-Medien
- 3. Tag: Betreuung von Internetportalen
- 4. Tag: Online-Marketing und -Vermarktung
- 5. Tag: Projektmanagement und technische Betreuung von Online-Projekten

Alle Informationen und eine Anmeldemöglichkeit finden Sie auf der [Website der Medienakademie](#).

---





HEINOLD, SPILLER & PARTNER  
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

## HSP-Newsletter Ausgabe 6/2015

---

### Die Content World: Das Event zum Thema Content Marketing und Content Strategie

Erstmalig veranstaltet Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH vom 12. - 13. Oktober 2015 unter dem Titel Content World die internationale Content Marketing Konferenz und Expo. Die Veranstaltung findet im Vorfeld der Frankfurter Buchmesse statt und wird die gesamte Wertschöpfungskette des Content Marketing abbilden: Content Strategie, Storytelling, Community Building und Content Creation/Curation sowie Produktion, Vertrieb und Content Monitoring. Neben Lukas Kircher, Managing Director, C3 Creative Code and Content GmbH, Klaus Eck, Gründer & Geschäftsführer, Eck Consulting Group, Michael Höflich, Geschäftsführer, Forum Corporate Publishing und Claudia Michalski, Geschäftsführerin, Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH werden zahlreiche weitere hochkarätige Vertreter aus Wirtschaft, Verlagswelt und Agenturen auf der Bühne stehen. Das Publikum wird sich aus Marketers, CEO's, CMO's, Agenturen, Verlagen, Experten und Querdenkern aus der ganzen Welt zusammensetzen. Die Content World ist eine Initiative von Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt. „Content Marketing wird immer wichtiger für alle Marktplayer. Obwohl Content Marketing seit einigen Jahren von einem großen Hype umgeben ist, herrscht in vielen Unternehmen noch viel Unsicherheit was das erfolgreiche Content Marketing betrifft. Mit der Content World beabsichtigen wir diese Unsicherheit zu beseitigen, indem wir die ganze Wertschöpfungskette des Content Marketing beleuchten.“ Ioana Sträter, Geschäftsführerin, Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt.

Die Content World wird unterstützt vom Börsenverein des deutschen Buchhandels, Forum Corporate Publishing, Frankfurter Buchmesse, Heinoold Spiller & Partner und Holger Ehling Media. „Die Frankfurter Buchmesse setzt schon lange konsequent auf das Motto 'Grenzüberschreitung' und Dialog – auch bei der Kooperation mit Partnern aus angrenzenden Branchen. Unser Schulterschluss mit der Content World 2015 ist ein logischer und Erfolg versprechender Baustein dieser Strategie, denn wir erwarten einen regen Austausch zwischen Verlagen und Marketing“, sagt Jürgen Boos, Geschäftsführer, Frankfurter Buchmesse. Michael Höflich, Geschäftsführer vom Forum Corporate Publishing e.V., stellt fest: „Der Kern von Content Marketing ist Content – seit jeher die Domäne des FCP. Als Branchenverband haben wir den Anspruch, DIE Community für Content Marketing zu sein – und freuen uns außerordentlich, als Kooperationspartner der Content World den Markt für Content Marketing mit Themen wie Leadgenerierung, Abverkauf, Neukundengewinnung und Return on Communication noch besser abgebildet zu sehen“. Auch der Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. unterstützt die Content World: „Verlage sind Experten im Veredeln von Inhalten – und genau das ist die Schnittstelle zum Corporate Publishing. Als Verband der Verleger und Buchhändler öffnen wir uns darüber hinaus für alle Akteure, die rund um das Geschäftsfeld Inhalt tätig sind. Von der Content World erwarten wir uns dabei innovative Impulse“, sagt Dorothee Werner, Leiterin Unternehmensentwicklung.

Informationen über Themenschwerpunkte, Partner der Veranstaltung sowie Teilnahmebedingungen sind verfügbar unter: <http://www.contentworld-forum.com>.



HEINOLD, SPILLER & PARTNER  
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

## HSP-Newsletter Ausgabe 6/2015

---

### Impressum



HEINOLD, SPILLER & PARTNER  
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

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

E-Mail: [newsletter@hspartner.de](mailto:newsletter@hspartner.de)  
Internet: <http://www.hspartner.de/>  
Blog: <http://publishing-business.blogspot.com/>

Dies ist der monatliche Newsletter von Heinold, Spiller & Partner. Wir beschäftigen uns in unserem Newsletter jeweils mit aktuellen Branchenthemen.

Achtung: Wenn Sie diesen Newsletter nicht mehr erhalten wollen, schicken Sie bitte eine E-Mail an [newsletter@hspartner.de](mailto:newsletter@hspartner.de) mit dem Hinweis: "abbestellen".

Service: Sie können diesen Newsletter auch als PDF-Dokument von unserer Website herunterladen: [Newsletter-Archiv](#)