

AKADEMIE DES DEUTSCHEN BUCHHANDELS

2. Zukunftsforum Zeitschriften

Faszinierend, nutzwertig, crossmedial – Wie sich Zeitschriften verändern (müssen)

10. Dezember 2010 im Literaturhaus München



Printzeitschriften müssen sich verändern, um zu bleiben, was sie sind: Erfolgreiche und rentable Medienmarken. Im Konzert der verschiedenen Medien brauchen Zeitschriften eine neue Rolle: Gegenüber den Lesern, weil diese immer mehr Informationen per Internet oder mit mobilen Endgeräten erhalten; und gegenüber den Werbekunden, weil diese die Möglichkeit haben, ihre Zielgruppe passgenau und individuell zu erreichen.

Innovative Zeitschriftenkonzepte zeigen, wie Verlage diese Herausforderungen meistern können. Basis des Erfolgs ist eine hohe Kundenorientierung. Vor allem Fach- und Special Interest-Zeitschriften haben das Potenzial, sich zum Mittelpunkt ihrer Lesercommunity zu entwickeln. So bekommen neben einem hohen Nutzwert auch weiche Faktoren wie ‚Identifikation‘, ‚Heimat‘, emotionale Einbindung und der Lesespaß eine wachsende Bedeutung.

Zeitschriftenverleger stehen daher vor der Herausforderung, die Printmarke zu stärken und auf deren Basis multimediale Marken zu entwickeln, die die verschiedenen Medienkanäle im Sinne der Leser bedienen. Verlage haben so die Chance, sich zu integrierten Medienhäusern zu entwickeln, in deren Zentrum bis auf weiteres die Printmarke steht.

Das Zukunftsforum Zeitschriften zeigt anhand von Best Practice-Beispielen, wie Verleger ihre Zeitschriften zukunftsfähig machen und zu Medienmarken ausbauen.

Mit freundlicher Unterstützung von:



In Kooperation mit:



Die Schwerpunkte

- Print wirkt – Erfolgreiche Zeitschriftenkonzepte in der Pad-Ära
- Zeitschriftenverlage auf dem Weg zum integrierten Medienhaus
- Sozial, viral und digital statt Print? Wie viel Online gefragt ist und wie viel Print der (Fach-)Medienmarkt erwartet
- Die Zeitschrift im App-Store – Digitale Inhalte auf dem iPad
- Avantgardistisch, international, crossmedial – Erfolgreiche Neugründungen
- Mit dem Kunden gehen – Identifikation, Heimat, emotionale Bindung & Lesespaß als neue Erfolgsfaktoren
- Die Digitalisierung geht weiter. Was kommt?
- Erfahrungsaustausch mit führenden Vertretern aus Fach- und Special Interest-Verlagen

Die Referenten

- **JAN-KLAUS BECKMANN**, Geschäftsführer, Beckmann Verlag
- **JANOS BURGHARDT**, Chefredakteur und Mitgründer der Jugendzeitung ‚Yaez‘
- **KASSIAN ALEXANDER GOUKASSIAN**, Gründer und CEO, falkemedia
- **THOMAS KOCH**, Geschäftsführer, Crossmedia
- **GERNOT KÖRNER**, Geschäftsführer, Vision Media
- **JÖRG KÜNKEL**, Geschäftsführer, KünkelLopka Werbeagentur
- **HELMUT MATTHIES**, Geschäftsführer, Evangelische Nachrichtenagentur idea e.V.
- **RALPH MEUNZEL**, Chefredakteur, autohaus
- **KILIAN MÜLLER**, Geschäftsführer, publish-industry Verlag
- **JANINA POESCH**, Rainer Häupl | Sabine Marinescu | Janina Poesch GbR
- **HEIKO SCHERER**, Externer Projektleiter, DuMontNet
- **BRITTA WESTERHOLZ**, Verlagsleitung, Agrarwirtschaftliche Fachzeitschriften, Deutscher Fachverlag
- **EHRHARDT F. HEINOLD**, Geschäftsführer, Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung (Moderation)

Fax-Antwort

Ich möchte mich für die Konferenz anmelden.

Bitte senden Sie mir Ihr Jahresprogramm 2011 zu.

Akademie des Deutschen Buchhandels
Salvatorplatz 1, 80333 München
Tel.: (089) 29 19 53 - 0, Fax (089) 29 19 53 - 69
E-Mail: info@buchakademie.de
www.buchakademie.de

Name - Vorname

PLZ - Ort

Firma - Funktion

Telefon - Fax - E-Mail

Straße - Haus-Nr.

2. Zukunftsforum Zeitschriften

Faszinierend, nutzwertig, crossmedial –
Wie sich Zeitschriften verändern (müssen)

10. Dezember 2010 im Literaturhaus München



Einführung und Key Notes

- **Zeitschriften als Kern von Marken und Erlösen**
Ehrhardt F. Heinold, *Heinold, Spiller & Partner*
- **Fachmedienmarken als Werbeträger: Warum Kunden Leuchttürme brauchen**
Thomas Koch, *Geschäftsführer, Crossmedia*
- **Jugend, Frauen, Lifestyle – Print und online am Puls der Zielgruppe: Erfolg mit Publikumszeitschriften**
Gernot Körner, *Geschäftsführer, Vision Media*

Zukunftskonzepte für Zeitschriften

- **Fürchtet Euch nicht! – Der Relaunch von ideaSpektrum**
Jörg Künkel, *Geschäftsführer KünkelLopka Werbeagentur*
Helmut Matthies, *Geschäftsführer, Evangelische Nachrichtenagentur idea e.V.*
- **Runter vom Sockel, rein in den Dreck: Praxisorientierung und Kundennähe als Erfolgsfaktor – Fallbeispiel Lohnunternehmer**
Jan-Klaus Beckmann, *Geschäftsführer, Beckmann Verlag*
- **Jugendmedien: Erfolg durch Zielgruppennähe**
Janos Burghardt, *Chefredakteur und Mitgründer der Jugendzeitung ‚Yaez‘*

Zukunftssicherung durch Crossmedia

- **Langjährige Markenführung: Best Practice Autohaus**
Ralph Meunzel, *Chefredakteur, autohaus*
- **Zeitschriften in der Pad-Ära – Neue Chancen für Zeitschriftenmarken durch Apps**
Kassian Alexander Goukassian, *Gründer und CEO, falkemedia*
- **Digitale Magazin Produktion für das iPad – Fallstudie ‚Frankfurter Rundschau‘**
Heiko Scherer, *Externer Projektleiter, DuMontNet*

Faszination und Heimat: (Fach-)Zeitschriften als emotionaler Markenkern

- **Zukunft Fachzeitschrift – Durch Faszination und Inspiration ein unverwechselbares Profil schaffen**
Kilian Müller, *Geschäftsführer, publish-industry Verlag*
- **Zeitschriften als ‚Heimat‘: Ergebnisse einer Studie**
Britta Westerholz, *Verlagsleitung, Agrarwirtschaftliche Fachzeitschriften, Deutscher Fachverlag*
- **Avantgardistisch und international: Das Fachmagazin PLOT als erfolgreiche Neugründung**
Janina Poesch, *Rainer Häupl | Sabine Marinescu | Janina Poesch GbR*

Zielgruppe: Die Konferenz richtet sich an Geschäftsführer, Fach- und Führungskräfte, vor allem aus den Bereichen Redaktion, Vertrieb, Marketing, Herstellung und Anzeigenverkauf sowie an Online-Manager aus Fach- und Special Interest-Verlagen.

Wann: 10. Dezember 2010, 09.30 – 17.00 Uhr

Kosten: € 690,-

15 % Rabatt für Deutsche Fachpresse-Mitglieder. Bei Anmeldung bitte Stichwort *DFP* angeben.

Frühbucherrabatt bis zum 22.11.2010 € 590,- regulär,
für Deutsche Fachpresse-Mitglieder € 550,-

Weitere Informationen zum Programm erteilt Ihnen gerne
Tina Findeiß, Akademie des Deutschen Buchhandels,
Tel.: (089) 29 19 53 - 64, E-Mail: tina.findeiss@buchakademie.de.

Änderungen vorbehalten

Fax-Antwort

Ich möchte mich für die Konferenz anmelden.

Bitte senden Sie mir Ihr Jahresprogramm 2011 zu.

Akademie des Deutschen Buchhandels
Salvatorplatz 1, 80333 München
Tel.: (089) 29 19 53 - 0, Fax (089) 29 19 53 - 69
E-Mail: info@buchakademie.de
www.buchakademie.de

Name - Vorname

PLZ - Ort

Firma - Funktion

Telefon - Fax - E-Mail

Straße - Haus-Nr.