

# Digital Publishing: Ihre Roadmap zur integrierten Erlebniswelt

**Am Anfang steht die einfache Frage:  
Wann und wie wollen wir das iPad als neue Plattform für uns testen?**

**Am Ende steht die schwierige Frage:  
Wie managen wir Publishing-Komplexität in einer neuen Dimension?**

E-Magazines, Apps und Co. werden zukünftig selbstverständliche Begleiter von Zeitschriften sein. Und diese früher oder später hinsichtlich Reichweite - und vielleicht gar Erlösen - überholen. Das Ziel auf dem Weg dorthin: Kundenbindung und Erlösmaximierung durch Mehrfach- und Parallelnutzung der eigenen Produkte, sowohl digital als auch in Print.

Die Erreichung dieses Ziels stellt Anforderungen, die sich zum Teil erst am Horizont abzeichnen. Verlage sollten sich aber schon heute darauf einstellen, dass ihre Marketingkompetenz die der bisherigen Benchmark-Branchen der „Fast Moving Consumer Goods“ oder Automobil noch übertreffen muss. Denn die Verlagsportfolios der Zukunft erfordern ein hoch professionelles Marken-, Channel- und Produktmanagement.

So erfordert langfristig erfolgreiches ePublishing eine starke Dachmarke mit klarem

Nutzenversprechen. Hierunter bewegen sich die einzelnen Produkte: Print, E-Mag, Website, Mobile Apps, aber zunehmend auch Serviceangebote. Alle diese Produkte müssen für den Kunden nachvollziehbar voneinander abgegrenzt, gleichzeitig aber auch sinnvoll, also Mehrwert-generierend, aufeinander abgestimmt sein.

Ein sorgfältig orchestriertes Produkt- und Contentmanagement sowie höchste Anforderungen an die Qualität aller Produkte werden damit zur Pflicht.

Gleichzeitig entsteht eine nachhaltige hohe Komplexität. Verschiedenste Technologien, eine kaum überschaubare Anzahl digitaler Endgeräte, eine Vielzahl an Vertriebsplattformen, zahlreiche Geschäfts- und Erlösmodelle, neue Werbeformen, sich ändernde Wettbewerbskonstellationen – die digitale Welt zwischen Smartphone, iPad, Netbook

und Kindle fordert neue Vorgehensweisen. Und pragmatische Lösungen.

Das neue VDZ White Paper „ePublishing für Verlage“ zeigt Lösungswege auf und gibt konkrete Tipps zum Vorgehen: Der erfolgreiche Markteintritt wird mit konkreten Hinweisen zur geeigneten Produkt-, Vertriebs- und Marketingstrategie unterstützt. Zur effizienten Umsetzung des digitalen Publizierens werden zukunftsfähige redaktionelle Organisationsstrukturen dargestellt. Übersichten über Plattformen, Geräte, Softwarelösungen und Dienstleister sowie Ausführungen zu den rechtlichen Rahmenbedingungen digitalen Publizierens, die durch den Rechtsanwalt der Kanzlei SKW Schwarz, Herrn Dr. Konstantin Wegner erstellt wurden, machen das White Paper zum wichtigen Begleiter und Nachschlagewerk für das Management und Produktverantwortliche im ePublishing. ■

*Das VDZ White Paper „ePublishing für Verlage“ kann kostenpflichtig beim VDZ bestellt werden, per Mail an [a.mumm@vdz.de](mailto:a.mumm@vdz.de)*



**Der Autor**  
**Dr. Marco Olavarria**  
Geschäftsführender  
Gesellschafter Kirchner +  
Robrecht management  
consultants