

DER VERLAG ALS DIENSTLEISTER DER ZUKUNFT

„DIE ZEITSCHRIFTENMARKE
IST ZUKÜNTIG EIN
PUZZLESTÜCK DES GESAMTEN
LEISTUNGSSPEKTRUMS.“

Print bleibt dabei der Nährboden für neue und vielseitige Produkte und Leistungen in einer digitalen und vernetzen Welt.
Der Verlag der Zukunft verbindet eine Vielzahl an Kanälen und Geschäftsmodelle flexibel miteinander.

MEHR → <https://bit.ly/2C0JeQh>

DER REDAKTEUR ALS INFLUENCER

AUTOREN UND REDAKTEURE ALS
PERSÖNLICHKEITEN STÄRKEN
DIE AUTHENTIZITÄT.

Influencer sind zum (kritischen) Diskurs-Punkt der Medienwelt geworden. Autoren und Redakteure nutzen in Zukunft die Chance, meinungsstarke Persönlichkeiten zu werden.
Sie zeichnen damit ein authentisches Bild der Verlage und ermöglichen Lesern ein mehrdimensionales Bild der Marke.

MEHR → <https://bit.ly/2OuYqbH>

STIMMEN UNSERER PARTNER



VOLKER ZANETTI
Blogfabrik



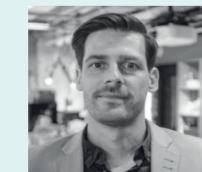
FABIENNE HÉLÈNE BECHARA
kknk

„Wir sprechen heute viel über die disruptiven Effekte der digitalen Transformation. Für viele Betriebe bedeutet das eine große Herausforderung in der Personal- und Produktentwicklung. Deshalb finde ich den proaktiven Ansatz des Projektes What's Next förderwürdig.“

„Wir sind überzeugt davon, dass Ausbildung ein wichtiger Innovationsförderer in Unternehmen ist. Durch die Ausbildung selbst wird man immer wieder dazu „gezwungen“, seine Prozesse und Maßnahmen zu hinterfragen. Die jungen Leute bringen neue Perspektiven, frischen Wind und neue Ideen mit ins Unternehmen bz. in die Arbeitsgruppen.“



DR. JÖRG DASSOW
NTX



GUIDO BÜLOW
facebook

„Wir hoffen, dass mit dem VDZ-Projekt What's Next neue Sichtweisen und Konzepte geschaffen werden, welche die Branche langfristig voranbringen. Davon profitieren schlussendlich wir alle.“

„Wir unterstützen die Initiative What's Next, um Verlage einerseits bei der digitalen Transformation zu unterstützen und anderseits gemeinsam mit ihnen neue Geschäfts- und Erlösmodelle zu entwickeln.“

Mit der Digitalisierung haben Content-Rezipienten die Erfahrung gemacht, dass Inhalte auf ihre Bedürfnisse angepasst werden können.

Wir stellen die Kunden an den Anfang der Wertschöpfungskette. So können auch etablierte Produkte jederzeit individualisiert, umstrukturiert oder ganz neu aufgestellt werden.

MEHR → <https://bit.ly/2PEAlpZ>

DER NEUE CONTENT- PROZESS

(DER NEUE CONTENT-PROZESS
BASIERT AUF DEN SICH ÄNDERNDEN
WÜNSCHEN UND BEDÜRFNISSEN
UNSERER KUNDEN.)

what'sNEXT:
Das junge Kreativlabor im **VDZ**

VDZ

Verband Deutscher
Zeitschriftenverleger



WIR DANKE
UNSEREN PARTNERN



**what's
NEXT:**

Das
junge
Kreativ-
labor

VDZ
Verband Deutscher
Zeitschriftenverleger

Stephan Scherzer, Hauptgeschäftsführer VDZ

Viel Verküngungen und Inspiration mit „What's Next!“
Ihr
Kann, beschreiber sie hier.
und wollen Sie Zukunft mitgestalten? Wie das aussiehen
Gleichzeitig formulieren Sie gemeinsam eine große Vision:
die Herausforderungen der modernen Welt anzunehmen,
fordern Sie sehr bewusst und haben großen Lust,
diese ist sicher, diese jungen Leute sind sich den Heraus-
Projekte auch einmal schätzen dürfen.
ren, für mehr Experten, Offenheit und eine Kultur, in der
Marktfest - für verschiedene Denken und bewegliche Struktu-
schließlich Branchen. Erstesandar ist das Was's Next
von engagierten Partnern aus ganz unter-
Werksshops. Ansätze und Thesen entwickelet.
an uns VDZ Mitgliedsverbagen in gemeinsamen Interesi-
zu erledben und zu gestalten, haben junge Mitarbeiterin-
ein Pionierprojekt des VDZ
Was's Next ist das junge VDZ Kreativlabor.
Was's Next mit der Chance dass Gruppen Arbeit
jungen Medienmacher zwischen 18 und 30 Jahren und Experten
jungen Medienmacher zwischen 18 und 30 Jahren und Experten
jungen Medienmacher zwischen 18 und 30 Jahren und Experten
gesetzt: Wie würdet ihr - also die jungen Leute in der
Der VDZ hat mit seinem „What's Next“-Labor die Frage
gestellt: All das erwarten Verläge auch von ihren jungen Mitarbeitern.
All das erwarten Verläge auch von ihren jungen Mitarbeitern.
Lernbereitschaft und Mut von jedem Einzelnen einzuhängt.
Veränderung der Welt. Eine Herausforderung, die Agilität,
die Geschwindigkeit der digitalen Entwicklung und die
Wandel ist die neue Normalität. Das spüren wir alle durch
Gute Frage - und eigentlich nicht zu beantworten! Steiger
Wertgegen - den Medienwandel gestalten? Wie reagiert
der VDZ mit seinem „What's Next“-Labor die Frage
gestellt: Werden erwartet Verläge auch von ihren jungen Mitarbeitern.
All das erwarten Verläge auch von ihren jungen Mitarbeitern.
Lernbereitschaft und Mut von jedem Einzelnen einzuhängt.
Veränderung der Welt. Eine Herausforderung, die Agilität,
die Geschwindigkeit der digitalen Entwicklung und die
Wandel ist die neue Normalität. Das spüren wir alle durch
Gute Frage - und eigentlich nicht zu beantworten! Steiger
WERTGESETZ

DIE 360° REDAKTION

« DIE REDAKTION DER ZUKUNFT
BESTEHT AUS MITGLIEDERN
ALLER VERLAGSTEAMS. »

Qualitativ hochwertige cross-mediale Inhalte entstehen, da Redaktionen Ideen und Projekte von Anfang an aus einer 360° Perspektive verstehen und entwickeln – über klassische Zuständigkeiten und Weisungswege hinaus.

MEHR → <https://bit.ly/2ylHMAS>

CONTENT CREATOR



JÖRN ROSSBERG
Senior Manager Internal Communications, Flixbus

Durch People Analytics gelang es Flixbus, die wichtigsten Treiber der Talentbindung zu identifizieren und zielgenaue Human-Ressource-Maßnahmen zu implementieren – darunter reduzierte sich nicht nur der Anteil der wechselwilligen Mitarbeiter um 30 %, das Unternehmen hat sich auch als zukunftsweisender Arbeitgeber einen Namen gemacht. Dafür hat Flixbus 2017 den HR-Excellence Award in der Kategorie HR Tech & Data gewonnen. Diesen Erfolg baut Jörn Rossberg in der internen Kommunikation und Kultur-Arbeit weiter aus.



RICK NOACK
Europa-Korrespondent der Washington Post

Als Korrespondent der Washington Post vertritt Rick Noack neue, innovative Journalismus-Formate in Berlin. Rick wurde kürzlich mit dem Golden Bloggers Award für sein Projekt während des deutschen Wahlkamps ausgezeichnet. Hier begleitete er den Wahlkampf weltweit mit einer WhatsApp-Gruppe, durch die die Leser direkt mit ihm korrespondieren konnten.



CHRISTOPH BLUMBERG
Geschäftsführer Craftrad

Nach seiner Position als Managing Director bei THE EUROPEAN, gründete Christoph Blumberg 2014 Craftrad, ein Magazin für Motorradkultur und macht sich mit seinem authentischen und hochwertigen Print-Produkt einen Namen. Neben den tiefgründigen Geschichten legt Christoph den Fokus auf ein frisches Design und zeigt somit das Potenzial von zielgruppenorientierten Fachmagazinen.



GUIDO BÜLOW
Head of News Partnerships Europe, Facebook

Guido Bülow ist seit September 2015 als Head of News Partnerships Europe bei Facebook und damit verantwortlich für Medienpartnerchaften in Zentral- und Nordeuropa. Bevor er zu Facebook kam, leitete er beim SWR (ARD) den Bereich Social Media. Seine Karriere startete Guido bei bigFM, wo er nach dem Studium volontierte und dann als Marketing Manager arbeitete.



ANJA KOPF

„Die Welt ist voller Lösungen. Doch die finden wir nur, wenn wir ernsthaft und interessiert miteinander Kommunizieren: zwischen den Abteilungen, zwischen den Generationen und zwischen Produzent und Konsument.“

Anja Kopf ist unter 30 und arbeitet in der Nähe von München beim Wort & Bild Verlag als Onlinedekteurin für Apotheken-Umschau.de. Zu What's Next ist Anja gekommen, um einen kreativen Austausch zu erleben und Ideen zu entwickeln, die wirklich zukunftsfähig sind.



PATRICK HANSEN

Patrick Hansen, 25, arbeitet bei knk, einem Softwareunternehmen, das Verlagssoftware entwickelt und vertreibt. Als Wirtschaftsinformatiker beschäftigt er sich dort mit der Weiterentwicklung und Implementation der Software bei Verlagen. Zu What's Next ist Patrick gekommen, um herauszufinden, wie Technologie Verlage zukünftig weiter unterstützen kann, Potenziale zu heben und Verlage zukunftssicher aufzustellen.



NORA NUSSL

„Bislang beschäftigen sich viele (Fach-)Verlage leider noch zu wenig mit der Zukunft. Wenn Verlage ihre Kernkompetenzen in neue, digitale Formate packen können, interessieren sich auch wieder mehr junge Leute für dieses spannende Berufsbild.“



LUKAS GÖRÖG

Lukas Görög ist Web Analytics Consultant bei Styria in Österreich, wo er sich um die Conversion-driven Datenstrategie der Zeitung Die Presse kümmert. Zu What's Next ist Lukas gekommen, um einen intensiven Gedankenaustausch mit den Menschen aus den verschiedensten Bereichen der Verlagsbranche zu erleben.



DENNIS STEIMELS

„Damit Verlage langfristig einen Mehrwert bieten können Nutzer und ihre Bedürfnisse von zentraler Bedeutung.“

Alina Janßen, 27, ist (bald ausgelernte) Medienkauffrau für Digital & Print beim Klant-Verlag. Davor absolvierte sie einen B. A. und arbeitete als freie Mitarbeiterin in Lektorat & Korrektorat. Von What's Next erhoffte sich Alina vor allem, ihren Horizont zu erweitern und einen Beitrag zu neuen, interessanten Ideen leisten zu können.



„Verlage müssen mit der Zeit gehen und die Nutzer dort abholen, wo sie sind.“

DENNIS STEIMELS

Dennis Steimels, 28, ist Redakteur bei der PC-WELT im Medienhaus IDG Tech Media GmbH. Zu What's Next ist Dennis gekommen, um neue Gedanken zu sammeln, die er in sein Unternehmen tragen kann, um für die Zukunft gewappnet zu sein.

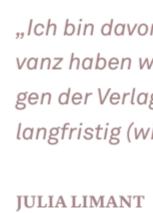


LEA BIERMANN

„Egal ob es um crossmediale Arbeit oder innovative Unternehmensmodelle geht – es gibt bereits viele spannende Projekte und Ideen. Die Verlage müssen in's Machen kommen, sonst laufen andere ihnen den Rang ab.“



Noch während ihres Crossmedia-Studiums an der Hochschule der Medien in Stuttgart hat es Lea Biermann nach Berlin gezogen. Jetzt arbeitet sie als Redakteurin für die Blogfabrik und unterstützt Unternehmen in der Kommunikation via Text und Social-Media. Zu What's Next ist sie gekommen, um die Medienwelt aus der Verlagsperspektive kennenzulernen.



JULIA LIMANT

„Ich bin davon überzeugt, dass das klassische Printheft weiterhin Relevanz haben wird. Dennoch wird dieses um weitere Produkte und Leistungen der Verlage ergänzt werden müssen, um den Mediennomaden langfristig (wieder) für sich gewinnen zu können.“

Julia Limant, 29, ist beim Jahreszeiten Verlag als Objektleiterin und Vorstandsassistentin tätig. Zu What's Next ist sie gekommen, um die aktuellen Herausforderungen der Verlagsbranche tiefer zu analysieren. Der Austausch mit den Kolleginnen und Kollegen aus anderen Verlagen und Verlagsbereichen und der damit verbundene Blick über den Tellerrand, findet Julia enorm hilfreich bei der Entwicklung von Ideen und neuen Ansätzen.

CONTENT CREATOR

CULTURE EATS STRATEGY FOR BREAKFAST

ERFAHRENE UND YOUNG PROFESSIONALS GEMEINSAM AUF DEM WEG IN EINE NEUE VERLAGSKULTUR



CARSTEN MEIER & GREGOR KALCHTHALER
Co-Founder & Partner bei Intraprenör

Carsten, Gregor und ihr Unternehmen Intraprenör unterstützen Organisationen bei der Transformation in die neue Arbeitswelt. Neben der Begleitung von Startups und Großunternehmen entwickelt das junge Unternehmen auch selbst neue innovative Arbeitskonzepte, für die sie dieses Jahr mit dem XING NEW WORK AWARD ausgezeichnet wurden. Gemeinsam mit dem VDZ sind sie Mit-Initiatoren des VDZ Kreativlagers und haben die Teilnehmer über die letzten Monate begleitet.



JAN SCHIPPMANN
Journalist & Unternehmer bei Hyperbole TV

Nachdem er für den WDR 5, VOX-Nachrichten und 11 FREUNDE gearbeitet hat, produziert Jan Schipmann die Videokolumne FRAG EIN KLISCHEE für das Videonetzwerk Hyperbole TV. Das innovative Format setzt sich mit Vorurteilen gegenüber Menschen auseinander und reicht sich in das Konzept der Plattform, die 2015 den Grimme Online Award gewonnen hat. Außerdem ist Jan Schipmann leitender Redakteur beim funk-Politik-Format (ARD/ZDF) INFORMR.



TANJA KRÄMER
Mitgründerin & Vorstand RiffReporter

RiffReporter ist ein neuartiges, mit dem #Netzwende-Preis ausgezeichnetes Konzept journalistischen Publizierens, das vielfältigen Journalismus zu Wissenschaft, Gesellschaft, Kultur, Umwelt und Technologie bietet – direkt von professionellen freien Autorinnen und Autoren. Mitgründerin Tanja arbeitet bei National Geographic Deutschland und als Autorin beim Radio Bremen, sowie als Chefredakteurin der Bremer Zeitschrift der Straße. Bei RiffReporter hat sie eine multimediale Plattform aufgebaut, die freie Autoren und Teams beim Aufbau ihrer Projekte unterstützen – mit Bezahlmodellen, Tools oder Gründerbegleitung.



JANNIS SCHAKARIAN
Herausgeber netzfeuilleton.de, YouTuber

Jannis Schakarian ist nicht nur Herausgeber von netzfeuilleton.de und Innovationsmanager Social Media bei FRIFF, sondern hat als YouTuber ständigen Einblick in die neuesten Entwicklungen der Video-Welt. Mit seinen eigenen Videos gibt er Anleitung, wie man 147 Views auf Snapchat bekommt und nutzt seine Reichweite um sich zu Themen wie Flüchtlingspolitik oder Diskriminierung zu positionieren. Für seine Arbeit wurde Jannis 2013 für den deutschen Webvideopreis und für Best Blog beim Goldenen Blogger Award nominiert.

Wir fördern Austausch und schaffen durch smarte Organisationsformen neue Freiräume für eine kreative Kultur.

Dieser Kulturwandel bedeutet nicht Tischkicker, Dartscheibe und Bier-Kühlschrank, sondern neues Denken und mehr Eigenverantwortung auf allen Arbeitsebenen.

MEHR → <https://bit.ly/2CPMV8s>

CONTENT CREATOR



RAPHAEL PFAFF

„Wenn IT- und Medienfachleute gemeinsam den Fokus auf Content und Leser haben, wird die Verlagsbranche auch in Zukunft ihrer großen Bedeutung gerecht.“

Raphael Pfaff, 28 Jahre, kommt aus Südbaden und ist Account Manager bei Fornoff und Heintzberg, dem Systemhaus von NTX – Die Software für Verlage. Zu What's Next ist er gekommen, damit NTX für die Medienbranche weiterhin frühzeitig Lösungen bereitstellen und die digitale Transformation mitgestalten kann.



MARIAN KOPOCZ

Marian Kopocz ist Finanzjournalist bei FOCUS-MONEY und Gründer des Blogs „Kleingeldhelden“, auf dem er junge Leute rund ums Thema Finanzen berät. Ein Buch dazu hat er auch geschrieben. Marian ist Teil von What's Next, da es wichtig findet, die Zukunft des Journalismus aktiv mitzugestalten.



ALEXANDRA HEMME

„Die Verlagsbranche muss sich zukünftig breiter aufstellen und ihr Produktportfolio ausweiten. Zur weiteren Vermarktung des Contents müssen neben Print-Produkten weitere Services wie Events, Webinare o.Ä. aufgebaut werden.“

Alexandra Hemme, 28, arbeitet als Direktmarketing Managerin bei Heise Medien in Hannover. Bei What's Next sucht sie die Chance, in Zusammenarbeit mit jungen Kollegen aus den unterschiedlichsten Verlagen neue Ansätze für das Verlagswesen zu kreieren und die Zukunft der Branche aktiv mitzugesten.



FABIAN FORER

„Die Contenterstellung wird in Zukunft nicht mehr mit dem Printprodukt beginnen, sondern der Kanal wird zukünftig dem Content angepasst. Es wird ein Medienumfeld geschaffen wo Inhalt z. B. auf Veranstaltungen, Webinare, der Webseite und dem Printheft verteilt wird und diese miteinander verzahnen. Print kann nicht mehr für sich alleine stehen.“

Fabian Forer kommt aus Südtirol und baut bei der Rudolf Müller Mediengruppe die neu geschaffene Stelle des Transaction Editor auf. Sein Aufgabengebiet umfasst, die Leser mit speziellen Inhalten zum Abschluss eines Abos, einer Teilnahme zu einer Veranstaltung oder einer Newsletteranmeldung zu bewegen.

Erfolgreiche, innovative Unternehmen zeigen:
Experimentierfreudigkeit und eine „einfach mal machen“ - Mentalität erschließen neue Geschäftsmodelle und machen das Unternehmen zukunftsfähig. Deshalb entwickeln Verlage ständig Raum für Neues – mit viel Platz für Erfolge, aber auch für Fehlschläge.

„Die Lust auf Neues sollte größer sein, als die Angst zu scheitern.“

MEHR → <https://bit.ly/2yKwvK9>

„Damit Verlage langfristig einen Mehrwert bieten können Nutzer und ihre Bedürfnisse von zentraler Bedeutung.“

Alina Janßen, 27, ist (bald ausgelernte) Medienkauffrau für Digital & Print beim Klant-Verlag. Davor absolvierte sie einen B. A. und arbeitete als freie Mitarbeiterin in Lektorat & Korrektorat. Von What's Next erhoffte sich Alina vor allem, ihren Horizont zu erweitern und einen Beitrag zu neuen, interessanten Ideen leisten zu können.



„Verlage müssen mit der Zeit gehen und die Nutzer dort abholen, wo sie sind.“

DENNIS STEIMELS

Zu What's Next ist Dennis gekommen, um neue Gedanken zu sammeln, die er in sein Unternehmen tragen kann, um für die Zukunft gewappnet zu sein.



„Egal ob es um crossmediale Arbeit oder innovative Unternehmensmodelle geht – es gibt bereits viele spannende Projekte und Ideen. Die Verlage müssen in's Machen kommen, sonst laufen andere ihnen den Rang ab.“



Noch während ihres Crossmedia-Studiums an der Hochschule der Medien in Stuttgart hat es Lea Biermann nach Berlin gezogen. Jetzt arbeitet sie als Redakteurin für die Blogfabrik und unterstützt Unternehmen in der Kommunikation via Text und Social-Media. Zu What's Next ist sie gekommen, um die Medienwelt aus der Verlagsperspektive kennenzulernen.

„Ich bin davon überzeugt, dass das klassische Printheft weiterhin Relevanz haben wird. Dennoch wird dieses um weitere Produkte und Leistungen der Verlage ergänzt werden müssen, um den Mediennomaden langfristig (wieder) für sich gewinnen zu können.“

Julia Limant, 29, ist beim Jahreszeiten Verlag als Objektleiterin und Vorstandsassistentin tätig. Zu What's Next ist sie gekommen, um die aktuellen Herausforderungen der Verlagsbranche tiefer zu analysieren. Der Austausch mit den Kolleginnen und Kollegen aus anderen Verlagen und Verlagsbereichen und der damit verbundene Blick über den Tellerrand, findet Julia enorm hilfreich bei der Entwicklung von Ideen und neuen Ansätzen.

EINFACH MAL MACHEN

, DIE LUST AUF NEUES SOLLTE GRÖSSER SEIN, ALS DIE ANGST ZU SCHEITERN. ,