

# DER VERLAG ALS DIENSTLEISTER DER ZUKUNFT

» DIE ZEITSCHRIFTENMARKE  
IST ZUKÜNFTIG EIN  
PUZZLESTÜCK DES GESAMTEN  
LEISTUNGSSPEKTRUMS. «

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

MEHR → <https://bit.ly/2COJeQh>

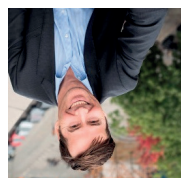
# DER REDAKTEUR ALS INFLUENCER

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 mehr-  
dimensionales Bilder der Marke.

MEHR → <https://bit.ly/2OuYqbH>

Was ist What's Next?  
What's Next ist das junge VdZ Kreativlabor.  
Verlag und Anstalt für die Zukunft von Jour-  
nalismus und Verlagsarbeit zu entwickeln.  
ne aus VdZ Mitgliedsverlagen in gemeinsamen Intensiv-  
Workshops, Ansätze und Thesen entwickelt. Unterstützt  
von engagierten Partnern und Experten aus ganz unter-  
schiedlichen Branchen. Entstanden ist das What's Next  
Manifest – für vernetztes Denken und bewegliche Strukt-  
ren, für mehr Experimente, Offenheit und eine Kultur, in der  
Projekte auch einmal scheitern dürfen.  
Einmal ist sicher, diese jungen Leute sind sich den Heraus-  
forderungen der Zeit sehr bewusst und haben große Lust,  
die Herausforderungen der modernen Welt anzunehmen.  
Gleichzeitig formulieren sie gemeinsam eine große Bitte:  
Hört uns zu. Seid zugänglich. Nehmt uns mit. Wir können  
und wollen die Zukunft mitgestalten! Wie das aussehen  
kann, beschreiben sie hier.



Gute Frage – und eigentlich nicht zu beantworten! Steiger  
Wandel ist die neue Normalität. Das spüren wir alle durch  
die Geschwindigkeit der digitalen Entwicklungen und die  
Veränderung der Welt. Eine Herausforderung, die Agilität,  
Lernbereitschaft und Mut von jedem Einzelnen verlangt.  
All das erwarten Verlage auch von ihren jungen Mitarbeitern.

WHAT'S NEXT?!

Stephan Scherzer, Hauptgeschäftsführer VdZ

Ihr  
Viel Vergnügen und Inspiration mit „What's Next!“

STIMMEN UNSERER PARTNER



VOLKER ZANETTI  
Blogfabrik

„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 förderungswürdig.“



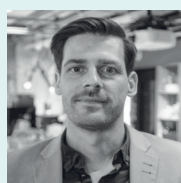
FABIENNE HÉLÈNE BECHARA  
knk

„Wir sind überzeugt davon, dass Ausbildung ein wichtiger  
Innovationstreiber in Unternehmen ist. Durch die Ausbil-  
dung 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

„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.“



GUIDO BÜLOW  
facebook

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

# DER NEUE CONTENT- PROZESS

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

Mit der Digitalisierung haben Content-Rezipienten  
die Erfahrung gemacht, dass Inhalte auf ihre Bedürf-  
nisse 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>

# what'sNEXT: Das junge Kreativlabor im VdZ

INITIATOR

VdZ

Verband Deutscher  
Zeitschriftenverleger

PARTNER & PUBLISHER



WIR DANKEN UNSEREN PARTNERN



Das  
junge  
Kreativ-  
labor

# what's NEXT:



# 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/2yIHMAS>

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 – daraufhin 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.



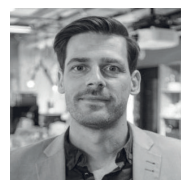
**CHRISTOPH BLUMBERG**  
Geschäftsführer Crafrad

Nach seiner Position als Managing Director bei THE EUROPEAN, gründete Christoph Blumberg 2014 Crafrad, ein Magazin für Motoradkultur 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.



**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 Wahlkampfs ausgezeichnet. Hier begleitete er den Wahlkampf weltweit mit einer WhatsApp-Gruppe, durch die die Leser direkt mit ihm korrespondieren konnten.



**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 die Medienpartnerschaften 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.

DAS KREATIVLABOR



**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 Onlineredakteurin 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.

*„Verlage müssen sich weiter vom ‚das haben wir schon immer so gemacht‘ verabschieden und ihre Experimentierfreudigkeit mit aktuellen Technologien verstärken. So lassen sich Potenziale zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit und zur Stärkung ihres Contents am Markt nutzen.“*



**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 NUISSL**

Nora Nuißl ist Redakteurin beim Industrieanzeiger, einer Fachzeitschrift im Maschinenbaumfeld (B2B) des Konradin-Verlags. Bei What's Next ist sie dabei, weil sie einmal komplett neue Ansätze und Sichtweisen kennenlernen will.

*„Daten und die Interpretation von Daten hilft uns die Leser besser kennenlernen. Wer das vernünftig nutzen kann, dem gehört die Zukunft.“*



**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.

DAS KREATIVLABOR



**ALINA JANSEN**

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

Alina Janßen, 27, ist (bald ausgelernte) Medienkauffrau für Digital & Print beim Klambt-Verlag. Davor absolvierte sie einen B. A. und arbeitete als freie Mitarbeiterin im Lektorat & Korrekturat. 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 Crossmediale-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 Medienkonsumenten langfristig (wieder) für sich gewinnen zu können.“*



**JULIA LIMANT**

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



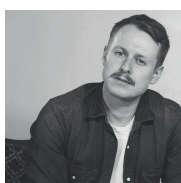
**CARSTEN MEIER & GREGOR KALCHTHALER**  
Co-Founder & Partner bei Intraprenör

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 Kreativlabors und haben die Teilnehmer über die letzten Monate begleitet.



**TANJA KRÄMER**  
Mitgründerin & Vorstand RiffReporter

RiffReporter ist ein neuartiges, mit dem #Netzwerke-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 mit aufgebaut, die freie Autoren und Teams beim Aufbau ihrer Projekte unterstützen – mit Bezahlmodellen, Tools oder Gründerbegleitung.



**JAN SCHIPMANN**  
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 reiht 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.



**JANNIS SCHAKARIAN**  
Herausgeber netzfeuilleton.de, Youtubeur

Jannis Schakarian ist nicht nur Herausgeber von netzfeuilleton.de und Innovationsmanager Social Media bei FUNK, sondern hat als Youtubeur ständigen Einblick in die neuesten Entwicklungen der Video-Welt. Mit seine eigenen Videos gibt er Anleitung, wie man 147k 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 Blogger beim Goldenen Blogger Award nominiert.

## CULTURE EATS STRATEGY FOR BREAKFAST

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

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>

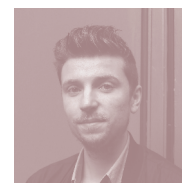


**RAPHAEL PFAFF**

*„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 Heintzenberg, 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.

*„Meine These ist, dass Verlage Dienstleister werden und nicht mehr nur auf ein Print Projekt setzen können. Außerdem werden Journalisten zu Unternehmern im Unternehmen.“*



**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 er 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 mitzugestalten.

*„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**

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 Inhalt zum Abschluss eines Abos, einer Teilnahme zu einer Veranstaltung oder einer Newsletteranmeldung zu bewegen.

## EINFACH MAL MACHEN

’ DIE LUST AUF NEUES SOLLTE GRÖßER SEIN, ALS DIE ANGST ZU SCHEITERN. ‘

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.

MEHR → <https://bit.ly/2yKwvK9>