



## INHALT:

- |  |          |
|--|----------|
| 1. „Die Zukunft von Print liegt in Print“                                      | Seite 1  |
| 2. Axel-Springer-Chef Döpfner über die Lust am Untergang                       | Seite 3  |
| 3. Apps sind Mist – Mark Susters Thesen gegen den Hype um die Mini-Programme   | Seite 9  |
| 4. iPad: Das Gerät, auf das die Verlage gewartet haben?                        | Seite 11 |
| 5. Digitale Chancen für alle Verlage – VDZ gründet Arbeitsgruppe „ePublishing“ | Seite 13 |
| 6. „Wege in die Zukunft – Herausforderungen für Fachverlage 2010/2013“         | Seite 14 |
| 7. SZV-Abendgespräch: Optimierung der Produktionsabläufe im Verlag             | Seite 15 |
| 8. SZV-Workshop: Digitalisierung im Verlag erfolgreich managen                 | Seite 16 |

## 1. „Die Zukunft von Print liegt in Print“



Die Redner beim 2. Deutschen Medienkongress plädierten dafür, die Zukunft nicht so düster zu sehen

„Das Internet allein kann uns nicht retten, die Zukunft von Print liegt in Print“. Davon zeigte sich Andreas Schoo, Mitglied der Geschäftsleitung der Bauer Media Group (Hamburg) beim 2. Deutschen Medienkongress der Fachzeitschrift „HORIZONT“ am 19. und 20. Januar 2010 in Frankfurt überzeugt. „Wenn bestimmte Regeln beherzigt werden, ist Print lebendiger denn je.“ Der Manager machte unterdessen einen Trend zum „Magazin-Bashing“ aus, der unnötig und schädlich sei. Wie überhaupt die zahlreichen Redner und Teilnehmer der verschiedenen Diskussionsrunden aus der Verlags- und Fernsehbranche dafür plädierten, bei der

Berichterstattung über die Situation der Medien nicht masochistisch der Lust am Untergang die Zügel schießen zu lassen, sondern über Strategiewechsel, neue Geschäftsmodelle und erfolgreiche Aktivitäten zu berichten. Die gebe es nämlich durchaus.