

Qualitätsmanagement ist Markenführung

Vierter Rheingauer Verlegertag fand in Kloster Eberbach statt



Karl-Heinz Behrens, Geschäftsführer vertriebsunion meynen, begrüßte circa 60 Teilnehmer zum 4. Rheingauer Verlegertag in Kloster Eberbach.

Eltville. (mh) – „Qualitätsmanagement ist Markenführung“ lautete das Motto des 4. Rheingauer Verlegertages. Er fand am 25. September in Kloster Eberbach statt. Das Motto lautete: „Qualitätsmanagement ist Markenführung“.

Veranstaltet von der vertriebsunion meynen, Eltville, konnte Geschäftsführer Karl-Heinz Behrens im Bibliothekssaal circa 60 Führungskräfte aus Fachverlagen begrüßen. Sie hatten

sich getroffen, um Vorträge zu hören, zu diskutieren und um sich über eine konsequente Qualitätspolitik als Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Markenstrategie auszutauschen. Mit dem Verlegensymposium setzte der Eltviller Verlagsgesellschaft den Verlegerkonvent als Höhepunkt der Branchenveranstaltungsreihe seiner Akademie fort.

Dieser hatte in den letzten Jahren mit den Themen „Fachverlagskooperatio-

nen und Allianzen mittelständischer Verlage“ (2005), „Innovationskultur – Der Nährboden für Erfolg versprechender Neuprodukte und Geschäftsmodelle“ (2004) und „Outsourcing & verlegerische Kernkompetenz“ (2003) großen Zuspruch gefunden.

Zum diesjährigen Thema stellte der 4. Rheingauer Verlegertag beste Beispiele aus der Verlagswelt vor. Dazu bot die vielseitige Agenda interessante Fachthemen. So referierten die Preisträger der Fachzeitschriften des Jahres 2006 wie Holger Knapp, Mitglied der Geschäftsleitung des Deutschen Fachverlages, zu dem Thema „Textilwirtschaft – Marktführer werden und bleiben: Ein Titel erfindet sich ein Leben lang neu!“.

Dr. Ludger Kleyboldt, Geschäftsführer Verlage Neue Wirtschaftsbriefe, fragte „Die ‚neue‘ NWB: Ist Konzeptüberarbeitung und Produktrelaunch eine Generationenfrage?“ Und Klaus Krause, Verlagsleiter Schlütersche Verlagsgesellschaft, sprach über „Norddeutsches Handwerk: Mit konsequenter Qualitätsdenke selbst Gremien und Herausgeber auf Linie bringen“.

Dr. Ulrich Hermann, CEO Wolters Kluwer Deutschland, beleuchtete die Qualitätsstrategie eines internationalen Fachkonzerns. Als weiteres Highlight schloß sich eine Podiumsdiskussion über „Qualitätsanforderungen an Fachzeitschriften“ mit Marketingleitern und Mediaplanern an.