

was publishing

Das publizistische Dienstleistungsangebot von preiserconsorten umfasst das Erarbeiten und die inhaltliche Umsetzung von redaktionellen Konzepten in den Bereichen „editorial media“ und „corporate publishing“. Darüber hinaus verlegen und fördern wir anspruchsvolle und innovative publizistische Projekte im Print-Bereich.

preiserconsorten als
journalistisch-publizistischer
„Ideen-Inkubator“:
vom „editorial media“ über
„corporate publishing“ bis zur
„Initiative Imprimatur“[®]

Als Begründer der „Initiative Imprimatur“[®] sehen wir uns in der Tradition der klassischen Verlagsmanufakturen. Zugleich versteht sich preiserconsorten als journalistisch-publizistischer „Ideen-Inkubator“ für den Verlagssektor. Denn gerade in der Medienbranche gilt:

Informationen sind das A und O. Wer auf Redaktions- oder Verlagsseite publizistischen Erfolg haben will, ist auf steten Wissens-Transfer angewiesen. In seinem Premium-Informationssdienst „Medien-Dossier“ sammelt, ordnet und kommentiert preiserconsorten alle relevanten Erkenntnisse, Trends und Tendenzen aus der und für die Medienbranche und stellt sie seinen Klienten exklusiv zur Verfügung.

Kontakt:
preiserconsorten
publishing. consulting.
Christian Preiser
T 069.25 61 67 77
cp@preiserconsorten.de

was consulting

Die Printmedien befinden sich derzeit in einer Phase dramatischen Umbruchs: Langfristig überleben werden nur diejenigen Publikationen, die ihre Leser und Anzeigenkunden durch höchste Qualität in Form und Inhalt überzeugen können und einen buchstäblichen „Nachrichtenwert“ („wert, sich danach zu richten“) besitzen. Für die qualitative Evaluierung von bestehenden Publikationen sowie Publikationsvorhaben hat preiserconsorten das auf die Spezifika der Medienbranche adaptierte Research- und Audit-Tool „Media-Quality Rating“[®] (MQR) entwickelt. Mit dem MQR lassen sich mit Hilfe unter-

Das „Media-Quality Rating“[®]:
ein Research- und Audit-Tool zur
qualitativen Evaluierung von
Medien-Publikationen

schiedlicher Analyse-Module Zeitungen, Zeitschriften sowie Online-Publikationen über ihre gesamte Wertschöpfungskette hinweg untersuchen und auf ihre Qualität hin bewerten. Als wesentliches Instrument des MQR dienen so genannte halbstrukturierte

Interviews mit allen relevanten Inhouse- und Offhouse-Akteuren des Publikationsprozesses. Neben journalistischen Bewertungskategorien (z.B. Plausibilitätsprüfung des Konzeptes, Konsistenzanalyse im Hinblick auf das bereits existierende Publikationsportfolio, Beurteilung der redaktionellen Unabhängigkeit und Originalität durch den „Editorial Creativity & Independence Index“[®]) fließen in das MQR auch publizistisch-ökonomische Beurteilungskriterien aus dem Verlag (Anzeigen, Vertrieb, Marketing und Produktion) mit ein. Anhand von Kennzahlen („ratios“) lassen sich die Ergebnisse der einzelnen Publikationen zueinander und im Branchenvergleich benchmarken. Branchenspezifische „competitive intelligence“-Verfahren, etwa zur Marktpotenzialeinschätzung, runden das MQR ab.