

Call for Paper

Praxishandbuch Informationsmarketing **Konvergente Strategien, Methoden und Konzepte**

Hrsg. von Ursula Georgy und Frauke Schade, Berlin, Boston: De Gruyter Saur, 2018

Die transformative Kraft der Digitalisierung durchdringt alle Bereiche des gesellschaftlichen, wirtschaftlichen, kulturellen und politischen Lebens. Auf dem Informationsmarkt entwickeln sich in einem rasanten Tempo neue Geschäftsmodelle und Distributionsstrategien, weil auf keinem anderen Markt das Risiko von Marktversagen so hoch ist wie hier. Die Vermarktung von Information und von Information Services ist dabei aufgrund ihrer besonderen Merkmale herausfordernd. Information und Information Services sind immateriell: Wert, Qualität und Brauchbarkeit erschließen sich dem Rezipienten nicht unmittelbar und stellen somit hohe Anforderungen an das Marketing. In den letzten fünf bis sieben Jahren hat sich das Informationsmarketing rasant weiterentwickelt.

Ziel des Handbuchs ist es, die Erfolgsfaktoren für die Vermarktung von Information und Information Services zu identifizieren und aktuelle Konzepte, Strategien, Methoden, Techniken und Praktiken im Rahmen der Marketingmanagements vorzustellen. Dem Handbuch liegt folgende Fragestellung zugrunde: Mit welchen Konzepten, Strategien, Methoden und Praktiken können Information und Information Services erfolgreich und zukunftsfähig von Bibliotheken, weiteren Gedächtniseinrichtungen sowie (Medien-)Unternehmen auf dem Informationsmarkt positioniert werden. Ziel ist es, die aktuellen Erfolgsfaktoren für die Vermarktung von zu identifizieren und für die Entwicklung von Marketingstrategien und neuen Geschäftsmodellen, insbesondere für avancierte Publikationsstrategien und neue Publikationsmodelle zu nutzen.

Vertreten wird ein konvergentes Marketingverständnis, das eine horizontale und vertikale Durchdringung von Strategien und Techniken in einer 360-Grad-Dimension anstrebt, um den rasanten Entwicklungen von Geschäftsmodellen auf dem Informationsmarkt gerecht zu werden. Das Handbuch schließt an das „Praxishandbuch Bibliotheks- und Informationsmarketings“ an, das 2012 im Verlag De Gruyter Saur erschienen ist. Es soll aktuelle Entwicklungen und Trends des Informationsmarketings aufgreifen. Um möglichst viele Trends in dem Handbuch erfassen zu können, haben sich die Herausgeberinnen für einen Open Call entschieden.

Das Handbuch richtet sich an Marketingexperten, Kommunikationsverantwortliche sowie Mitarbeiter in der Öffentlichkeitsarbeit und im Marketing von Bibliotheken, weiteren Gedächtniseinrichtungen und Medienunternehmen, die Information und Information Services anbieten sowie an Studierende bibliothekarischer, informationswissenschaftlicher und wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge.

Wir freuen uns auf Beitragsideen zu folgenden Themenfeldern:

Themenfeld 1 | Informationsgesellschaft und Informationsmarkt

- Informationsmarkt und seine Treiber
- Technologische, gesellschaftliche, rechtliche und ökonomische Bedingungen des Informationsmarketings
- Digitale Öffentlichkeit
- Informationsinfrastrukturen
- Gatekeeper auf dem Informationsmarkt
- Informationsethik

Themenfeld 2 | Marktanalyse und –segmentierung

- Analyse von Kundendaten
- Clusteranalyse und Korrespondenzanalyse
- Algorithmen und Personalisierung
- Methoden und Techniken der Trendanalyse

Themenfeld 3 | Strategisches Marketing

- Prozess- und Change Management
- Transformatives Marketing

- Qualitätsmanagement auf Informationsmärkten
- Innovationsmanagement auf Informationsmärkten
- Neue Geschäftsmodelle auf Informationsmärkten
- Evaluation und Controlling

Themenfeld 4 | Services und Operatives Marketing

- Konvergente Services und Convenience
- Mobile Services
- Fluid Content
- Crowdsourcing & Open Innovation
- Mehrwerte
- Metadaten als Mehrwerte
- Altmetrics
- Netzwerkeffekte
- Physische und digitale Räume
- Portale und Kommunikationskanäle
- Konvergenz und Transformation
- Usability und User Experience

Bitte reichen Sie Ihre Beitragsideen zu den Themenfeldern des Handbuchs als Abstract (max. 1.500 Zeichen inkl. Leerzeichen) sowie kurzen Angaben zur Person bei ursula.georgy@th-koeln.de und frau.schade@haw-hamburg.de ein.

ZEITPLAN

Bis 02.05.2017	Einreichung der Abstracts
15.06.2017	Zu-/Absage an die Beiträger
31.10.2017	Einreichung der Beiträge
01.11.2017 – 15.01.2018	Redaktion
15.01.2017 – 05.02.2018	Korrekturphase Autoren
05.02. – 09.04.2018	Endkorrektur
09.04.2018	Einreichung Manuskript
10/11.2018	Erscheinungstermin

BEITRÄGE

20.000 (inkl. Leerzeichen) + Abstract: 1.500 Zeichen (inkl. Leerzeichen) + Literaturverzeichnis + biografische Notiz.