

Inhaltsverzeichnis

3 Vorwort *Karl-Heinz Bonny*,
Sprecher Deutsche Fachpresse

6 Begeisterung für Fachmedien
Bernd Adam, Geschäftsführer
Deutsche Fachpresse

1 Medien im Umbruch



12 Mit dem Wandel wachsen
Karl-Heinz Bonny

14 STM: Medien seit vier
Jahrzehnten im Umbruch
Dr. Eva E. Wille

17 Gemeinsam vorgehen
Wolfgang Fürstner

19 Die Zukunft gewinnen heißt
neue Wege gehen *Alexander Skipis*

21 B-to-B-Kommunikation im
Umbruch *Ulrich Toholt*

24 Im richtigen Moment mit
Innovationen in den Markt gehen
Adrian Schommers

28 Unternehmerische Ziele als
Leitlinie *Vitus Graf*

30 Digitale Geschäftsmodelle
brauchen neue IT-Strukturen
Peter Kraus

33 Digitale Wege in eine
multimediale Zukunft *Bernd Meidel*

36 Social Media verändert die
Unternehmenskommunikation
Birgit Clemens

38 Redaktion 2015: universelle
Alleskönner? *Michael Himmelstoß*

41 Kurzumfrage
Mit Webinaren weitere Kanäle zu
den Kunden erschließen

43 Vertrieb folgt medialem
Umbruch *Eckhard Bremenfeld*

2 Markt im Wandel



46 „B2B-Entscheideranalyse 2010“:
Fachmedien sind Infoquelle Nr. 1
Ulrich Toholt und Bernd Adam

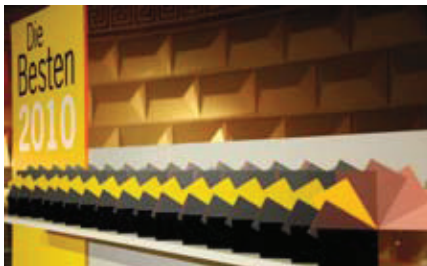
52 „WerbeTrend 2010“:
B-to-B-Werbekonjunktur zieht
wieder an! *Klaus Wöhler*

3 Kongress der Deutschen Fachpresse



56 Wege in die Zukunft –
Chancen der Digitalisierung.
Ein Überblick über den Fachpresse-
Kongress in Wort und Bild

4 Award „Fachmedien des Jahres 2010“



70 Ausgezeichnet!
Die Preisverleihung „Fachmedien des Jahres 2010“

73 Die Besten im Blick

80 Die „Fachmedien des Jahres 2010“ im Portrait

5 Award „Fachjournalist des Jahres 2010“



114 Hervorragend!
Die Preisverleihung „Fachjournalist des Jahres 2010“

116 Fachjournalistische Qualität stärkt alle Fachmedien
Stefan Rühling

118 „Fachjournalist des Jahres 2010“ – die Jury

120 Die drei Preisträger im Porträt

126 Gelungenen Fachjournalismus würdigen *Prof. Dr. Will Teichert*

6 Die Deutsche Fachpresse



128 Der Vorstand der Deutschen Fachpresse stellt sich vor

130 So engagiert sich die Deutsche Fachpresse für Mitgliedsverlage und Branche *Bernd Adam*

134 Fachverlage investieren in die Zukunft *Dr. Martina Steinröder*

135 Struktur der Deutschen Fachpresse

136 Mission Statement der

Deutschen Fachpresse

137 Trägerverbände der Deutschen Fachpresse

138 Kommissionen der Deutschen Fachpresse: Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer

148 Fachpresse-Statistik 2009

153 Kommunikationsmedien Deutsche Fachpresse

154 Schriftenreihe Yellow Papers

156 Studien zum Gattungsmarketing

157 Geschäftsstellen und Team der Deutschen Fachpresse

158 Online Fachinformationen finden und nutzen

175 Inserentenverzeichnis

176 Impressum