

Inhaltsverzeichnis

3 Vorwort *Karl-Heinz Bonny*, Sprecher Deutsche Fachpresse, und *Bernd Adam*, Geschäftsführer Deutsche Fachpresse

1 Geschäfte ausbauen



8 Steter Wandel macht erfolgreich
Karl-Heinz Bonny

10 Gerüstet für den globalen Wettbewerb
Dr. Eva E. Wille

13 Gemeinsam für das Prinzip Buch
Alexander Skipis

15 Das verlegerische Geschäft ist anspruchsvoller denn je
Wolfgang Fürstner

17 Fachmedien blicken optimistisch in die Zukunft
Bernd Adam

20 Komplexität erfolgreich verkaufen
Dr. Laurin Paschek

23 Müssen Fachverlage Start-ups werden?
Adrian Schommers

26 Stärken nutzen: Fachverlage weiten ihr Portfolio aus
Eva Kühnhold und *Kornelia Wind*

28 Herausforderung Herstellung
Vitus Graf

31 Der Wertebeitrag der Informationstechnologie
Peter Kraus

34 Mobile – alles dreht sich, alles bewegt sich
Bernd Meidel

36 Die Interne Kommunikation als Regisseur des Wandels
Dr. Gunther Schunk

38 Redaktionelle Inhalte auf allen Kanälen
Michael Himmelstoß

40 Veranstaltungen: Erfolgreiche Geschäftsmodelle gesucht!
Claus Bühnert

42 Fachinformationen auf vielen Kanälen
Eckhard Bremenfeld

44 German and US B2B Publishers: A Comparison of Allies
Bob Carrigan

2 Kongress der Deutschen Fachpresse



48 Von Wollmilchsäuen, Kaisern und Vergnügungsparks
Daniela Kurtz

51 Den Wandel nutzen – Geschäfte ausbauen
Ein Überblick über den Fachpresse-Kongress in Wort und Bild

3 Award „Fachmedien des Jahres 2011“



66 Ausgezeichnet! Impressionen der Preisverleihung „Fachmedien des Jahres 2011“

70 Die Besten im Blick: Über die Auszeichnung

74 „Fachmedien des Jahres 2011“ – Die Jury

76 Die Preisträger im Porträt

4 Award „Fachjournalist des Jahres 2011“



104 Impressionen der Preisverleihung „Fachjournalist des Jahres 2011“

106 Fachjournalistische Qualität: die ewige Konstante *Stefan Rühling*

107 Anwalt für herausragenden Fachjournalismus
Prof. Dr. Will Teichert

112 Die Preisträger im Porträt

5 Die Deutsche Fachpresse



120 Der Vorstand der Deutschen Fachpresse stellt sich vor

122 Fachmedien bewegen Märkte
Bernd Adam

128 Struktur der Deutschen Fachpresse

129 Trägerverbände der Deutschen Fachpresse

130 Kommissionen der Deutschen Fachpresse – Wissenstransfer durch gemeinsames Engagement

142 Fachpresse-Statistik 2010

147 „WerbeTrend 2011“

148 Studienreihe „Brancheninformationen der Deutschen Fachpresse“

149 Studien zum Gattungsmarketing

150 Schriftenreihe Yellow Papers

152 Kommunikationsmedien der Deutschen Fachpresse

153 Geschäftsstellen und Team der Deutschen Fachpresse

154 Die Kooperationspartner zur Onlinerecherche

155 Die Seminarpartner der Deutschen Fachpresse

156 Die Fördermitglieder der Deutschen Fachpresse

171 Inserentenverzeichnis

172 Impressum