

LETTER

2 / 2015

SEITE 16

Cultural Change

Denken wie ein Gründer,
handeln wie ein Entdecker

DEUTSCHE

FACHPRESSE

SEITE 41

KONGRESS DER DEUTSCHEN FACHPRESSE

Trends, Akteure, Hintergründe

STARTPUNKT

Machen Sie sich auf die Reise!



W

enn einer eine Reise tut, dann kann er was erzählen! Diese alte Weisheit hat nichts von ihrer Wahrheit eingebüßt. Denn Reisen bildet und gibt Antworten!

Wir Fachmedienhäuser befinden uns auf der großen Reise der digitalen Transformation und inmitten eines historischen Medienwandels. Sie tun deshalb Recht daran, am 20. und 21. Mai ins Kap Europa nach Frankfurt zu reisen, dem neuen Austragungsort für den Kongress der Deutschen Fachpresse. Dort finden Sie ein neu aufgemachtes, spannendes und inspirierendes Programm – mit Blick über den Tellerrand! Anregende branchenfremde sowie internationale Impulse, Start-up-Flair, Awards und viele Fachveranstaltungen sind inbegriffen. Lesen Sie mehr darüber ab Seite 36!

Wenn Sie weitere Antworten und Anregungen bekommen wollen, dann begleiten Sie die Deutsche Fachpresse Publishers' Tour vom 28. Juni bis 1. Juli nach New York. Dort können Sie hochinteressante amerikanische Medienunternehmen besuchen, Start-ups kennenlernen und persönliche Kontakte knüpfen. Weitere Infos dazu finden Sie auf der Website der Deutschen Fachpresse und auf Seite 9.

Wenn Sie die Website *deutsche-fachpresse.de* besuchen, werden Sie übrigens sehen, dass nicht nur der vor Ihnen liegende Letter einen Relaunch bekommen hat, sondern die Deutsche Fachpresse auch digital mit neuem Corporate Design in frischem Glanz erstrahlt. Hintergründe zum neuen Auftritt, zum Logo und zu den Markenwerten finden Sie auf Seite 12.

Sie sehen: Die Deutsche Fachpresse ist vital, dynamisch und in Bewegung. Und ihre Mitgliedsverlage sind dabei auch wirtschaftlich weiter auf gutem Kurs, wie die aktuelle jährliche Fachpresse-Statistik 2014 mit einem Umsatzplus von 1,3% beweist (siehe S. 22 f.)

Erfahrungsaustausch, Inspiration und Vernetzung! Unmittelbar und Face-to-Face! Das sind die Zutaten unseres Kongresses im Kap Europa. Ich freue mich sehr, Sie persönlich in Frankfurt begrüßen zu dürfen!

Herzlichst, Ihr
Stefan Rühling

INHALT

Verein Deutsche Fachpresse

5 Serie »Fachmedienmacher bei der Sache«

6 Serie »Nachgehakt«: Welche Kompetenzen brauchen wir künftig?

8 Neue Yellow Papers zu den Themen Web-Video und Twitter vorgelegt

9 Jetzt anmelden zur Deutsche Fachpresse Publishers' New York Tour

11 Neuer Fachpresse-Vorstand wird in Frankfurt gewählt

12 Neues Logo, neuer Claim, neuer Ansatz: Deutsche Fachpresse in neuem Design

16 Titelthema

Cultural Change

Denken wie ein Gründer, handeln wie ein Entdecker

BzB-Medien

22 Fachpresse-Statistik 2014: Fachmedienbranche weiter auf Erfolgskurs

24 Neu auf dem Fachmedienmarkt

26 Kooperationen: Kompetenzen bündeln, Kostenvorteile nutzen, Pakete schnüren

28 M&A: Portfolios optimieren, Beteiligung aufstocken

30 Mit erprobten Erfolgskriterien Veranstaltungen richtig bewerten. Ein Gastbeitrag von Thomas Müller und Martina Schönenberg

32 IVW TOP 25

BzB-Kommunikation

33 Werbetrend-Studie 2015

35 B2B-Kommunikation 4.0 – Intelligent, vernetzt, persönlich. Ein Gastbeitrag von Jörg Dambacher

SEITE 9

New York Tour

TITELTHEMA SEITE 16

Cultural Change

»Wenn das Schnelle auf das Stabile trifft.«

SEITE 36



Fachpresse-Statistik 2014
S. 22



Werbetrend-Studie 2015
S. 33

Fokus

36 Ein Gespräch mit Prof. Dr. Christian Blümelhuber über Future Management

38 »Taking control of data is key for the development of U.S. B2B companies«: Ein Gespräch mit Mike Marchesano

41 Kongress der Deutschen Fachpresse Cultural Change – neu denken und handeln

54 Leute

55 Seminare

55 Impressum

56 Termine der Deutschen Fachpresse