

LETTER

Das Magazin für Fachmedienmacher, 1/2017

SEITE 20

Ein Jahr ohne Trend

Im B2B-Marketing bleibt 2017 alles wie gehabt – oder doch nicht?

SEITE 28

VALUE MANUFACTURING

Vom Fachverlag zum Plattformanbieter

DEUTSCHE

Jahre

FACHPRESSE



STARTPUNKT

Internationalisieren? Ja, aber mit Plan!

M

öchte man als mittelgroßes Fachmedienunternehmen mit seinen weltmarktführenden Anzeigenkunden mithalten, wird man es ihnen bald gleich tun und den Blick an den

Horizont richten. Denn dort in der Ferne locken die internationalen Märkte mit attraktiven Reichweiten und entsprechend großen Werbebudgets.

Überraschungen inklusive. So trafen wir einmal den Geschäftsführer eines chinesischen Unternehmens, das künftig unser Partner werden sollte, zur finalen Vertragsunterzeichnung in Peking. Dem persönlichen Treffen waren viele Mails in englischer Sprache vorausgegangen. Doch erst vor Ort wurde klar: Der Partner sprach kein Englisch und war ohne Dolmetscher erschienen. Nach einigen gleichermaßen freundlichen wie hilflosen Gesten gegenseitigen Respekts rettete uns schließlich ein chinesischer Kollege unseres Vertragspartners. Er sprach fließend Spanisch – und hier wiederum konnte mein Team mithalten.

Der Erfolg einer Internationalisierung des eigenen Geschäfts liegt natürlich nicht allein in der Überwindung der Sprachbarrieren – diese spielt aber eine durchaus wichtige Rolle. Denn sobald Sie sich

in einem anderen Sprachraum befinden, agieren Sie auch in einem anderen Kulturraum. Und dort ist Ihr in Deutschland funktionierendes Regelwerk im Zweifel erst einmal außer Kraft gesetzt. Wer woanders wirtschaftlich erfolgreich sein will, muss deshalb den neuen Markt verstehen lernen und andere Spielregeln akzeptieren können.

Mein Tipp: Fangen Sie klein an! Knüpfen Sie erste Kontakte und lernen Sie potenzielle Märkte genau kennen. Einstiegshilfe bieten hier auch die Veranstaltungen der Deutschen Fachpresse, etwa die Publishers' Tour Ende März in London oder auch neue Kontakte am Kongress der Deutschen Fachpresse. Das Wichtigste dabei: Bleiben Sie neugierig und offen für Neues – Sie werden mit unerwarteten Horzonterweiterungen belohnt!

Herzlich, Ihr

Wolfgang Burkart

Verlag W. Sachon
Vorstandsmitglied der Deutschen Fachpresse

INHALT

Verein Deutsche Fachpresse

- 5** Fachmedienmacher bei der Arbeit: Benjamin Hils
- 6** Nachgehakt: Leadership 4.0 – auf welche agilen Arbeitsmethoden setzen Sie?
- 7** Fachmedien im Rampenlicht: Deutsche Fachpresse feiert 25-jähriges Jubiläum
- 9** Für ein starkes Urheberrecht: Jetzt Appell an die Politik unterzeichnen!
- 10** Kongress der Deutschen Fachpresse: Neue Horizonte erschließen – die Zukunft aktiv gestalten
- 12** Rückblick auf die Young Professionals' Media Academy 2017
- 18** Leute – Personalien aus der Fachmedienbranche

20 Titelthema: Ein Jahr ohne Trend
Im B2B-Marketing bleibt 2017 alles wie gehabt – oder doch nicht?

B2B-Medien

- 24** Zukäufe stärken Portfolio und Marktstellung
- 27** Neue Fachmedien
- 28** »Wir standen uns selbst im Weg«: Interview mit Kilian Müller
- 32** Webvideos im Einsatz



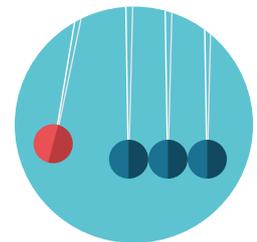
Ein Jahr ohne Trend

TITELTHEMA | SEITE 20

Special:
Publishing
Consulting

36 Employer Branding:
Senden Sie Signale in
den Markt

SEITE 36



- 39** Seminare
- 39** Impressum
- 40** Termine der Deutschen Fachpresse

**SPECIAL PUBLISHING
CONSULTING**



SEITE 12 | 13

Loslegen! Tun! Verändern!
**Rückblick auf die Young Professionals'
Media Academy 2017**

SEITE 28 | 31

**»Den Begriff Redaktion
haben wir weitgehend
gar nicht mehr in
Verwendung.«**

Kilian Müller im Interview



FACHMEDIENMACHER BEI DER ARBEIT

Was machen Sie denn da?

Ich konzipiere neue Veranstaltungsformate für die Zielgruppen der Handelsblatt Fachmedien. Der Anspruch an unsere Veranstaltungen ist klar definiert: Thematisch immer am Puls der Zeit, konzeptionell so nah wie möglich an den Kundenbedürfnissen orientiert und einzigartig auf dem Markt. Veranstaltungen im Fachmedienbereich erfüllen den Kundenwunsch nach fachlicher Expertise, geben die Chance zur Diskussion und erlauben den Aufbau von Netzwerken. Fachmedien live eben! **Benjamin Hils ist Team- und Projektleiter im Bereich Veranstaltungen der Handelsblatt Fachmedien (Düsseldorf) und Alumni der Young Professionals' Media Academy 2016 der Deutschen Fachpresse.**