

LETTER

Das Magazin für Fachmedienmacher

2 / 2017

SEITE 20

Die Wissens- vermittler

Wie Fachmedienhäuser
dank Perspektivwechsel
ganz neue Kundennähe
aufbauen

SEITE 36

B2B PUBLISHING WORLDWIDE

Vom britischen Printverlag
zum internationalen
Fachinformationsanbieter

DEUTSCHE

FACHPRESSE

25 Jahre

25 Jahre
DEUTSCHE
FACHPRESSE



STARTPUNKT

Fachmedien: Power für mein Wissen!

Der aufmerksame Leser der Branchenmedien weiß es bereits: 2017 ist ein Jubiläumsjahr für die Deutsche Fachpresse! Genau 25 Jahre ist es her, dass die deutschen Fachzeitschriftenverlage ihre Kräfte bündelten. Ziel war es, die kongruenten Interessen gemeinsam wahrzunehmen und die Aufmerksamkeit für die Bedeutung von Fachmedien zu stärken.

Der Auftrag der Deutschen Fachpresse von damals gilt heute mehr denn je. Während sich die Rahmenbedingungen für Fachmedienhäuser grundlegend verändern und wahrlich herausfordernd sind, nehmen das Wissensbedürfnis und der Bedarf nach hochwertigen Fachmedien weiter zu. Gleichzeitig ist heute ein entschiedenes Eintreten für Presse-, Informations- und Meinungsfreiheit von immenser Bedeutung. Als vierte konstitutive demokratische Säule sind wir Fachmedienhäuser das Bindeglied für die Menschen und Institutionen, zwischen Wirtschaft und Sozialem. Wir bieten Orientierung, Hilfe, Gewissen, und – in unübersichtlichen Zeiten das Wichtigste überhaupt: Wir bieten Aufklärung durch Wissen.

Im Jubiläumsjahr stellen wir deshalb den unverzichtbaren Wert von Fachmedien für unsere Wissensgesellschaft und eine starke Wirtschaft in den Mittelpunkt. So lautet unser Claim zum Jubiläum: »Fachmedien: Power für mein Wissen«. Fachmedien, so die Botschaft, steigern das Know-how ihrer Nutzer, unterstützen sie bei beruflichen Entscheidungen und machen sie erfolgreicher.

Kurz: Sie geben ihnen Power! Damit Sie diese Botschaft auch an Ihre Kunden und Leser weitertragen können, stehen ab sofort drei Anzeigenmotive zur kostenlosen Nutzung zur Verfügung. Die Motive unterstützen den Jubiläumsclaim mit einem kleinen Augenzwinkern: Drei Fachmedienutzer laden ihren Wissensstand dank unterschiedlicher Fachmedien auf und erhalten dadurch wieder »volle Power«! (Mehr dazu und zu den weiteren Jubiläumsaktivitäten finden Sie auf Seite 9.)

Anlässlich eines Jubiläums blickt man zurück – auf 25 bewegte Jahre Deutsche Fachpresse (siehe auch S. 20). Wie aber lautet unser Auftrag für die Zukunft? Eines ist klar: Wir müssen weiterhin beweglich und wachsam gegenüber den Veränderungen bleiben, die unsere Welt täglich prägen. Es gilt, unser B2B-Netzwerk weiter auszubauen. Nutzen Sie dazu auch die Veranstaltungen und Services der Deutschen Fachpresse, um getreu dem Motto des diesjährigen Kongresses »neue Horizonte zu erschließen und die Zukunft aktiv zu gestalten«.

Mit den besten Grüßen, herzlichst, Ihr

Stefan Rühling
Vogel Business Media
Sprecher Deutsche Fachpresse

INHALT

Verein Deutsche Fachpresse

- 5** Serie »Fachmedienmacher bei der Arbeit«: Daniela Mackert
- 6** Serie »Nachgehakt«: Digitale Horizonsweiterung – Ihr wichtigster Tipp für erfolgreiches Online-Marketing?
- 9** 25 Jahre Deutsche Fachpresse: Jubiläumsanzeigen und große Feier in Berlin
- 11** Neues Yellow Paper geht Kennzahlen auf den Grund
- 12** »Die Vierte Gewalt war noch nie so gefragt und gefordert, wie sie es heute ist«: Interview mit Dr. Stephan J. Holthoff-Pförtner
- 18** Leute – Personalien aus der Fachmedienbranche

20 TITELTHEMA: Die Wissensvermittler

Wie Fachmedienhäuser dank Perspektivwechsel ganz neue Kundennähe aufbauen

BzB-Medien

- 25** M&A wird digitaler – auch bei Fachmedien. Ein Gastbeitrag von Axel Bartholomäus
- 27** Neu auf dem deutschen Fachmedienmarkt
- 28** Frühzeitig ran an den Nachwuchs!

BzB-Kommunikation

- 32** Der Verkaufstrichter als verbindendes Element zwischen Marketing und Vertrieb. Ein Gastbeitrag von Christian A. Schmitt



Die Wissensvermittler

TITELTHEMA | SEITE 20

Fokus: Kongress der Deutschen Fachpresse

- 34 Kongress der Deutschen Fachpresse 2017:** Neue Horizonte erschließen – die Zukunft aktiv gestalten
- 36** »Wir alle müssen uns verändern, das nennt man Fortschritt«: Interview mit Kevin Costello
- 38** Die Partner des Kongresses der Deutschen Fachpresse

- 47** Seminare
- 47** Impressum
- 48** Termine der Deutschen Fachpresse



SEITE 34

Kongress der Deutschen Fachpresse:

Neue Horizonte erschließen – die Zukunft aktiv gestalten

SEITE 12

»Die Zeit der Dickschiffe geht zu Ende.«

Dr. Stephan J. Holthoff-Pförtner



FACHMEDIENMACHER BEI DER ARBEIT

Was machen Sie denn da?

Wissen transportieren. Die Pharmazeutin in mir analysiert und dosiert, die Fachredakteurin konzipiert, recherchiert, akquiriert und koordiniert. Als Bindeglied zwischen medizinischen Forschern und ihren Zielgruppen muss ich den »State of the Art« der Therapiemaßnahmen kennen, um ihn entsprechend den Bedürfnissen unserer Leser aufzubereiten. Die Teilnahme an großen nationalen und internationalen Kongressen gehört ebenfalls zu meinem Berufsalltag. Zudem gilt es stets auch konzeptionell in Bewegung zu bleiben, die Märkte zu analysieren und unsere Fachzeitschriften weiterzuentwickeln. **Daniela Mackert ist Chefredakteurin für den medizinischen (schul- und komplementärmedizinischen) Fachbereich der Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage GmbH & Co. KG in Kulmbach.**