



Über Beziehungen in Netzwerken

Der Markenkern der Deutschen Fachpresse lautet „Vernetzen und stärken nach innen und außen“. Zum Begriff „Netzwerk“ hält Wikipedia Erstaunliches bereit: „Starke Beziehungen eignen sich durch die stärkere emotionale Bindung der Akteure für den Transfer von komplexem und implizitem Wissen.“ Gleichzeitig versperren diese aber durch ihre Redundanz auch Kommunikationswege. Neue Informationen gelangen daher nur schwer ins Netzwerk. Schwache Bindungen seien für die Diffusion von neuen Wissensinhalten besser geeignet und damit Grundstein für Kreativität und innovative Entwicklungen. Wie so oft, gilt es also den Mittelweg in der Vernetzung zu finden. Das ist auch unser Ziel. Starke Beziehungen in unserem Netzwerk fördern wir durch unsere elf Kommissionen, den Fachpresse-Kongress und die Young Professionals' Media Academy. Neue Kommunikationswege wollen wir unseren Mitgliedern erschließen, indem wir die Vernetzung national und international mit externen Akteuren forcieren. Beispiele sind unsere Auslands- und Start-up-Touren.

Wir bauen die Netzwerke aus, damit Sie in Ihren Netzwerken davon profitieren. Nutzen Sie unsere Angebote!



Ihr Bernd Adam



**Claudia Naumann über
den Geschäftsbereich
Veranstaltungen**

Seite 20



**Rainer Schopp über
B2B-Kommunikation
aus Kundensicht**

Seite 18

04 **DEUTSCHE FACHPRESSE AKTUELL**

04 Serie „Nachgehakt“: Wie bleiben Fachmedienhäuser attraktive Arbeitgeber?

06 Young Professionals‘ Media Academy 2015: Kundenperspektive, Geschäftsmodelle, Networking

09 Aktualisiert: Yellow Paper „Beispiel-Impressum für Verlags-Homepages“



16 **IM GESPRÄCH**

18 „Wenn ein Fachmedium *der* Info-Marktplatz einer Branche ist, ist ihm die Zuneigung der großen Player gewiss“: Ein Gespräch mit Rainer Schopp über B2B-Kommunikation



20 **GASTBEITRAG**

20 Das Geschäftsfeld Veranstaltungen prägt den Verlag auch nach innen. Ein Gastbeitrag von Charlotte Kösterke und Claudia Naumann



22 **SPECIAL PUBLISHING CONSULTING**

25 Peter Kirchner, Kirchner + Robrecht management consultants, Georg Blum, Media ValuePartners, und Dr. Jan-Frederik Engelhardt, Horváth & Partner, über die Herausforderungen, die modernes CRM an Verlage stellt und Möglichkeiten, sie zu bewältigen – auch mit externer Unterstützung



27 **MARKT UND MEDIEN**

27 „Transaktionsmonitor Verlagswesen 2014“: Gestärkte Innovationskraft: Beim externen Wachstum haben Printgeschäfte die Nase vorn

29 Springer Science+Business Media und ein Großteil von Macmillan Science and Education fusionieren

32 Neue Apps, neue Funktionen, neue Portale, neue Services

33 Neue Fachmedien für Wissenschaftler, Controller und Gefäßmediziner



36 **SEMINARE**

37 **LEUTE**

38 **BRANCHENWISSEN**

39 **WIR ÜBER UNS**

40 **TERMINE DER DEUTSCHEN FACHPRESSE**