

Ihr Trainingsprogramm

Das erwartet Sie: Kompaktes Medienwissen einer ganzen Branche

Tag 1

DONNERSTAG, 1. FEBRUAR 2018

Märkte & Strategien | Die eigene Branche und ihre Nachbardisziplinen zu kennen, ist grundlegend für jede unternehmerische Entscheidung. Ein Überblick über die unterschiedlichen Akteure in der B2B-Kommunikation und ihre individuellen Strategien.

8.30 Uhr – 10.30 Uhr

Begrüßung

Bernd Adam, Deutsche Fachpresse

Speed-Networking

Judith Hoffmann, mediacampus

11.00 Uhr – 13.00 Uhr

Status Quo B2B-Werbung und -Werbemarkt

Gunnar Schnarchendorff, wob AG

Wozu Fachmedien? Marketing eines mittelständischen B2B-Marktführers

Rainer Schopp, CHIRON Group

Tag 2

FREITAG, 2. FEBRUAR 2018

Geschäftsfelder & Methoden | Innovationen entwickeln – am besten mit geeigneten Methoden. Ausgesuchte Beispiele für neue Geschäftsfelder, Produkte und Prozesse.

8.30 Uhr – 10.30 Uhr

Entwicklung neuer Geschäftsfelder am Beispiel Corporate Services

Oliver Detje, DVV Media Group

B2B-Events im digitalen Medienzeitalter? Aber sicher doch!

Ulrike Döring, Vogel Business Media

11.00 Uhr – 13.00 Uhr

Nur in Produkten zu denken reicht nicht mehr

Gerrit Klein, Ebner Verlag

Vermarktungsideen für Print und Online – Wie wir aus sechs Bänden ein ganzes Universum schufen

Maria Scholz, Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker

Tag 3

SAMSTAG, 3. FEBRUAR 2018

Management & Innovationen | Verlage erfolgreich steuern, heißt viele Instrumente beherrschen. Einblicke in Strategien, Start-up-Ideen und innovative Vermarktungskonzepte.

9.00 Uhr – 11.00 Uhr

Von USP und Werten. Leitbilder als Fundament für die vielfältigen Rollen eines Fachverlags

Dominik Baur-Callwey, Callwey Verlag

Wissenschafts- und Fachinformationen für globale Märkte

Dr. Niels Peter Thomas, Springer Nature

11.30 Uhr – 13.30 Uhr

Start-Up-Story Kontextlab: Von der Idee Kontextwissen besser zu vermitteln zum Publishing-Produkt

Julia Köberlein, Kontextlab

B2B-Zielgruppen mit B2C-Ideen begeistern und aktivieren: MISS & MISTER HANDWERK und ein ungewöhnlicher Kalender

Hans Jürgen Below, bis Anfang 2018 Geschäftsführer der Verlagsanstalt Handwerk

14.00 Uhr – 16.00 Uhr

**Strategien von Fachmedienhäusern –
Der dlw Deutscher Landwirtschaftsverlag**
Amos Kotte, Deutscher Landwirtschaftsverlag

**Neue Ideen entwickeln – Methoden und
Prozesse der Innovationskultur bei Haufe**
Christian Steiger, Haufe Group

16.30 Uhr – 18.30 Uhr

Gründer Best Practice
Jan Reichelt, Entrepreneur,
Co-Founder of Mendeley

**Von Experten für Experten –
Journalismus in Fachmedien**
Dr. Uwe Vorkötter, HORIZONT

ab 19.00 Uhr

NETWORKING
**Gemeinsames Abendessen
auf dem mediacampus frankfurt**

14.00 Uhr – 16.00 Uhr

**Praxis-Workshop: Mit agilen Methoden
schneller zum Ziel**
Dr. Marco Olavarria, Kirchner + Robrecht
management consultants

16.30 Uhr – 18.30 Uhr

Data Driven Advertising
Sebastian Woerle, IDG Communications Media

**Social Newsfeed Algorithmen als Erfolgsfaktor
für Fachmedien! #ypma18**
Michael Höcker, Landwirtschaftsverlag

ab 19.00 Uhr

NETWORKING
**Gemeinsames Abendessen
im Restaurant „Zum Rad“,
Frankfurt-Seckbach**

13.30 Uhr – 14.00 Uhr

Resümee
Bernd Adam, Deutsche Fachpresse



»Mir als Quereinsteigerin in die Verlagsbranche wurden wertvolle Basics für mein heutiges Arbeiten vermittelt. Weiterhin wurde das Bewusstsein geschaffen, dass sich Fachverlage breit aufstellen sollten, um alle potenziellen Zielgruppen zu erreichen. Besonders ist mir der Satz in Erinnerung geblieben, dass wir keine Hefte sondern Content schaffen.«

Sandra Augsburger
Chmielorz Verlag,
Teilnehmerin 2017



»Die YPMA empfehle ich gerne weiter: Eine gut organisierte Veranstaltung mit spannenden Vorträgen. Dazu die großartige Gelegenheit, Kontakte zu knüpfen und sich in kleiner Runde mit Kollegen & Kolleginnen aus der Fachpresse auszutauschen.«

Neele Zimmer
dfv Mediengruppe,
Teilnehmerin 2015