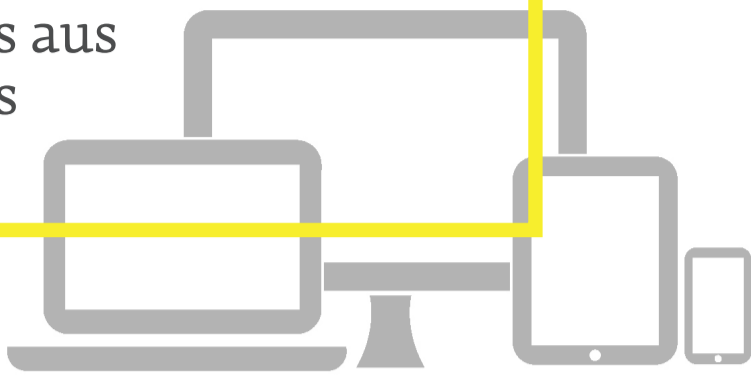


DAS PROGRAMM

Kompaktes Wissen von Profis aus der Praxis



» Die beispielhaften Vorträge während der YPMA haben mir tiefe Einblicke in die Transformationsprozesse der anderen Fachmedienhäuser gewährt.

Hierdurch wurde mir bewusst, dass sich alle den gleichen Herausforderungen stellen müssen. Dank der YPMA konnte ich ein starkes Netzwerk aufbauen. «



Alexander Scheffler, Deutscher Ärzteverlag GmbH
Teilnehmer 2020

Tag	14.00 bis 14.30 Uhr	14.35 bis 15.15 Uhr	15.30 bis 16.15 Uhr	16.20 bis 17.00 Uhr	17.20 bis 18.15 Uhr	
TAG 1 Montag, 25. Januar 2021	Einblicke in den B2B-Markt aus Kunden- und Agentursicht	Die Deutsche Fachpresse und der Fachmedienmarkt im Überblick Bernd Adam, Geschäftsführer, Deutsche Fachpresse	Speed-Networking Judith Hoffmann, Leitung Weiterbildung und Projekte, mediacampus frankfurt	Data, Insights, Emotionen, Purpose. Trends bei B2B-Marken und ihrer Kommunikation Jörg Dambacher, Geschäftsführer & Gesellschafter, RTS RIEGER TEAM Werbeagentur GmbH	B2B-Marketing aus Industriesicht Dr. Andreas Bauer, Vorstandsmitglied, Bundesverband Industriekommunikation (bvik)	Drinks & Talk Innovationen in Fachmedienhäusern – wo und wie wird der Nachwuchs gefordert und gefördert?
TAG 2 Dienstag, 26. Januar 2021	Strategien und Zukunftsperspektiven	Welcome Back Judith Hoffmann, Leitung Weiterbildung und Projekte, mediacampus frankfurt	Die Norm allein genügt nicht mehr – Transformation des Beuth Verlages zum Software- und Plattformpartner Marion Winkenbach, Geschäftsführerin, Beuth Verlag	Qualitätsjournalismus als wichtige Säule der Unternehmensstrategie Dr. Benjamin Wessinger, Geschäftsführer, Mediengruppe Deutscher Apotheker Verlag	Rechtliche Rahmenbedingungen für Verlage – aktueller Stand Prof. Christian Sprang, Rechtsanwalt & Justiziar, Börsenverein des Deutschen Buchhandels	Wissenschafts- und Fachinformationen für globale Märkte Dr. Niels Peter Thomas, Managing Director Books, Springer Nature
TAG 3 Mittwoch, 27. Januar 2021	Wettbewerbsvorteile erkennen und sichern	Welcome Back Judith Hoffmann, Leitung Weiterbildung und Projekte, mediacampus frankfurt	Technologie als Wettbewerbsvorteil verstehen und Chancen erkennen Alexander Woge, Geschäftsführer Customer Engagement und Sebastian Mayeres, Chief Executive Officer, knk Gruppe	Lead Generierung am Beispiel von Holzwerken Christian Günther, Audience Development Manager, Vincentz Network	Failure Stories: Aus Fehlern lernen - Welches Mindset braucht ein Unternehmen dafür Anna Schneider, Leitung Corporate Media, Haufe Group	Drinks & Talk Schöner Scheitern – wie sieht die gelebte Fehlerkultur in Deinem Unternehmen aus?
TAG 4 Donnerstag, 28. Januar 2021	Digitale Transformation und Unternehmenskultur	Welcome Back Judith Hoffmann, Leitung Weiterbildung und Projekte, mediacampus frankfurt	Basis für den Unternehmenserfolg: Menschen & Kultur Anja Willich, Leitung Menschen & Kultur Personal & Kommunikation, NWB Verlag	Digitale Transformation und Paid Content bei der dfv-Mediengruppe Andreas Hoffmann, Verlagsleiter Subscription & CRM, dfv Mediengruppe	Digitale Transformation für Redakteure – ein Blick in die B2B-Media-Welt Wolfgang Kräußlich, Head of Content Solutions Leiter Redaktion Kundenprojekte, mi connect – verlag moderne industrie	Entwicklung neuer Geschäftsfelder am Beispiel Corporate Services Oliver Detje, Verlagsleiter Logistik & Transport, DVV Media Group
TAG 5 Freitag, 29. Januar 2021	Social Media und Events: am Ende geht es immer auch um Emotionen	Welcome Back Judith Hoffmann, Leitung Weiterbildung und Projekte, mediacampus frankfurt	Thieme und Social - Das Lied von RNA und DNA Kevin Sanny, Marketing Manager Online, Georg Thieme Verlag	Von analog auf digital – Wie sich das Veranstaltungsgeschäft im Zuge der Krise verändert hat Alexandra Semich, Bereichsleiterin Legal, Finance & Strategy und Alin Schulz, Projektmanagerin Veranstaltungen, Handelsblatt Fachmedien	Resümee und Abschlussrunde Bernd Adam, Geschäftsführer, Deutsche Fachpresse	

* Änderungen vorbehalten