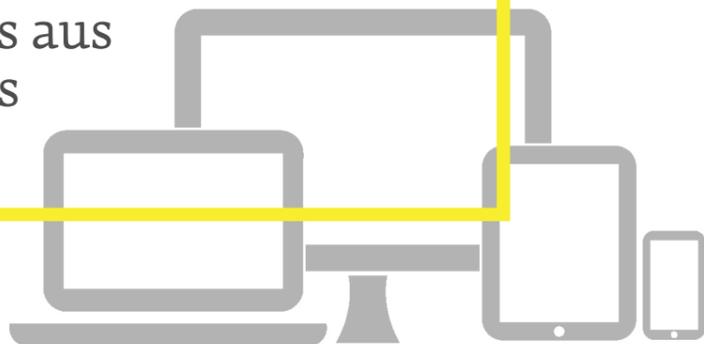


# DAS PROGRAMM

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

\* Änderungen vorbehalten