

Letter

Februar 2013



Deutsche
Fachpresse

Informations-Service der Deutschen Fachpresse

1 | 13 30710



Agenda-Setting für 2013

2012 war für die deutsche Fachpresse zufriedenstellend – aber durchaus mit Extremen. Für manche Verlage und Medien ist es gut gelaufen, für andere war es schwierig. Die Vertriebsunion Meynen weist in ihrer Werbeträgerstatistik für die Bruttowerbeumsätze der Fachzeitschriften in 2012 einen Rückgang von 4 Prozent aus – ohne digitale und Veranstaltungserlöse. Gewinnerbranchen glänzten mit einem Plus von bis zu 22,8 Prozent, während andere ein Minus von bis zu 22,3 Prozent erlitten. Es gibt keine einfachen und eindeutigen Antworten mehr! In den USA kletterten laut American Business Media die digitalen Werbeumsätze der amerikanischen Fachmedien allein im dritten Quartal 2012 um 16 Prozent auf über 1 Milliarde US Dollar (!), während die Printumsätze um 7 Prozent auf 1,8 Milliarden zurückgingen. „The whole industry is shifting into digital, multi-platform publishing“, sagt auch Jane Macken, Managing Director von Haymarket Business Media, die die Teilnehmer der Deutsche Fachpresse Publishers' UK Tour Ende Februar in London besuchen werden.

Und was ist Ihre Prognose für 2013? Was wird für uns Fachmedien wichtig? Was ist zu tun? Ich frage Sie, liebe Kolleginnen und Kollegen: Was ist für Sie in diesem Jahr für Ihr Business am wichtigsten? Was müssen wir beherzigen? Was kann die Deutsche Fachpresse für Sie tun? Schicken Sie mir Ihre Top-Themen für 2013 gerne per E-Mail an: stefan.ruehling@vogel.de.

Viel Spaß bei der Lektüre des „Letters“, viel Erfolg und auf eine gute Zusammenarbeit in 2013!



Stefan Rühling
Stefan Rühling



**Petra Ziegler über
Veranstaltungsorganisation
in Fachverlagen**

Seite 20



**Steffen Meier über
Chancen und Fallen von
Content-Marketing**

Seite 14

04 **DEUTSCHE FACHPRESSE AKTUELL**

- 04 Serie „B2B-Medienmärkte weltweit“: Ein Gespräch mit Urs Meyer zur Situation des Fachmedienmarkts in der Schweiz
- 06 Young Professionals' Media Academy: Home Run für junge Fachkräfte
- 08 Neues Yellow Paper: „Kernkompetenz Change – Meinem Verlag die Zukunft sichern“
- 11 Serie „Nachgehakt“: Trends für B2B-Kommunikation und B2B-Werbung im Jahr 2013



14 **IM GESPRÄCH**

- 14 „Wir Verlage sollten uns darum bemühen, dass wir der Geschichtenerzähler sind“: Ein Gespräch mit Steffen Meier über Content-Marketing
- 16 “It’s definitely not a given that big publishers will be more successful than smaller ones”: Staffan Ekholm im „Letter“-Gespräch



18 **GASTBEITRAG**

- 18 METIS: Gewinnausschüttung dank Zählmarken. Ein Gastbeitrag von Dr. Marco Olavarria
- 20 Geschäftsmodell Fachveranstaltung: Zwischen Profitcenter und Dienstleistung. Ein Gastbeitrag von Petra Ziegler



22 **INTERESSENVERTRETUNG AKTUELL**

- 22 Fachmedien und neuer EU-Datenschutz. Ein Beitrag von Dr. Christoph Fiedler



23 **MARKT UND MEDIEN**

- 23 „Transaktionsmonitor Verlagswesen 2012“: Fachmedien investieren in digitale Formate
- 24 Wiley erwirbt Vermögenswerte des FIZ Chemie Berlin
- 28 Neue Fachmedien für Chemiker, Ingenieure, Juristen, Mediziner, Agrarmanager, Datenschützer und Politiker
- 31 Neue Plattformen, Datenbanken, Apps und Services



34 **SEMINARE**

36 **LEUTE**

38 **BRANCHENWISSEN**

39 **WIR ÜBER UNS**

40 **TERMINE DER DEUTSCHEN FACHPRESSE**