

Gemeinsam stärker sein!

Wenn Jan Reichelt, einer der Mendeley-Gründer, wie zuletzt bei der Young Professionals' Media Academy, berichtet, dass das Unternehmen alle Inhalte mit einer sogenannten API-Schnittstelle allen Interessierten zur Verfügung stellt, herrscht zunächst einmal großes Erstaunen. Ausgerechnet die wertvollen Inhalte freigeben, kann das denn funktionieren? Ja, es kann, denn erst die Freigabe ermöglicht es, dass viele Menschen sich Gedanken zur Verwertung dieser Daten machen. Ein Kreativpotenzial, das Mendeley nur mit seinen eigenen Mitarbeitern niemals hätte entfalten können. An den erfolgreichen Verwertungen partizipiert Mendeley mittels eines Lizenzmodells. So macht die Freigabe der Daten für beide Seiten Sinn. Eine klassische Win-Win-Situation also, die auch durch Zusammenarbeit in anderen Bereichen entstehen kann. Größe hilft Märkte zu erschließen und Skaleneffekte zu erzielen. Das gilt nicht nur für die Kleinen, sonst würde Springer nicht mit Google in der Werbevermarktung kooperieren. Zeit also auch für Fachverlage angesichts teurer Technologien, aufwändiger Inhalte, globaler Märkte und aggressiver Wettbewerber noch stärker auf Kooperationen zu setzen. Die juristischen Verlage machen es im Inhaltebereich beispielsweise mit ihrer Kooperation in der juris-Allianz vor: Gemeinsam ist man stärker, zum Vorteil jedes Einzelnen!



Ihr Bernd Adam



**Adrian Barrick über
„Community-Building“**

Seite 16



**Andreas Winiarski über
„Open-Beta-Geist“**

Seite 9

04 **DEUTSCHE FACHPRESSE AKTUELL**

- 04 Serie „Nachgehakt“: Trends und Herausforderungen in 2014
- 06 Young Professionals' Media Academy: Intensivtraining für Nachwuchskräfte schafft Raum für neue Ideen
- 08 Rückblick auf die „Start-up-Tour Berlin“: „Mehr als ein Blick über den Tellerrand“
- 09 „Es wird viel zu viel über die Zukunft der Verlage debattiert“: Ein Gespräch mit Andreas Winiarski über Innovationsmanagement
- 10 Branchenumfrage: Fachredakteure sind gefragter denn je
- 14 Fachpresse-Kongress 2014: Erfolgreiche Kommunikationslösungen für B2B-Märkte
- 16 “We talk with them, not at them”: Ein Gespräch mit Adrian Barick über „Community-Building“



20 **IM GESPRÄCH**

- 20 „Uns ist es ganz wichtig, ein authentisches Bild zu präsentieren“: Ein Gespräch mit Martin Balsliemke und Nina Voß über Employer Branding beim NWB Verlag
- 22 „Eine Trennung in operativen und strategischen Einkauf ist effizienter“: Ein Gespräch mit Markus Wilhelm über effiziente Einkaufsstrategien von Fachverlagen



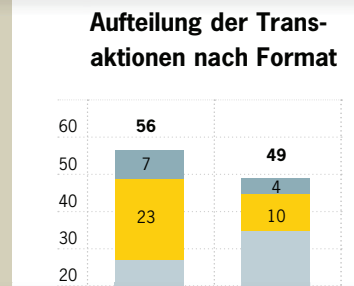
24 **GASTBEITRAG**

- 24 Strategisch sinnvolle Online-Vermarktung für Fachverlage. Ein Gastbeitrag von Ulrich Niedermeyer



26 **MARKT UND MEDIEN**

- 26 Transaktionsmonitor Verlagswesen 2013: Fachmedien investieren zurückhaltender
- 27 Verlagsgruppe Handelsblatt: Fachmedien-Portfolio neu aufgestellt
- 28 dfv baut Unternehmensmarke strategisch aus
- 30 Neue Fachmedien
- 33 Neue Zeitschriften-Apps, neue E-Magazine, neue Portale, neue Services



36 **SEMINARE**

37 **LEUTE**

38 **BRANCHENWISSEN**

39 **WIR ÜBER UNS**

40 **TERMINE DER DEUTSCHEN FACHPRESSE**