



LETTER

Das Fachmedienmacher, 4/2016

SEITE 24

ENTDECKER- FREUDE

*Wie Fachmedienhäuser
und Start-ups gemeinsam
neue Welten eröffnen*

SEITE 40

B2B-ENTSCHEIDER- ANALYSE 2016/17

Fachmedien sind die Top-Influencer
der professionellen Entscheider

DEUTSCHE

FACHPRESSE



STARTPUNKT

Erfolgreich führen mit weniger Kontrolle

E

rinnern wir uns für einen Moment an die Fußball-WM 2006 in Deutschland. Wie wir in unseren Wetter-Apps nach dem richtigen Wetter fürs Public Viewing gekuckt und uns über die Fußball-Apps auf dem Laufenden gehalten haben. Haben Sie kurz gestutzt? Zu Recht! Denn das iPhone und damit Apps – heute nicht mehr wegzudenken – gibt es erst seit 2007.

Für mich wird daraus klar, dass sich die Medien-nutzung auch in den nächsten zehn Jahren weiter verändern wird und wir uns noch besser auf diese sich stark wandelnde Welt vorbereiten müssen. Konkret: Wir müssen flexibel und innovationsfähig sein. Nicht nur Führungskräfte, auch unsere Mitarbeiter müssen Begeisterung und Sinnstiftung bei ihrer Arbeit verspüren. Denn dann stellen sie automatisch den Kundennutzen in den Mittelpunkt ihres Handelns und sind von sich aus bereit, mehr zu leisten als den im Arbeitsvertrag vereinbarten »Dienst nach Vorschrift«.

Grundlagen einer solchen Zusammenarbeit können sein:

- die Identifikationsmöglichkeit mit dem »Unternehmensgeist«, also mit Kultur, Werten, Vision und Zielen des Unternehmens, aber auch mit den Grenzen des eigenen Handelns;

- Gestaltungsspielraum und Möglichkeiten zur Selbstkontrolle, um Sicherheit bei Veränderungen zu bekommen und die Kriterien für die Bewertung der eigenen Leistung zu kennen;
- eine Wertschätzungskultur durch konstruktive Auseinandersetzungs- und Feedbackprozesse sowie eine Fokussierung auf das Gute;
- Prozesse, die die Wirkung des eigenen Tuns erlebbar machen und die zum Erhalt der »Organisationshygiene« regelmäßig auf Effekte und Nebenwirkungen überprüft werden.

So können wir Vertrauen schaffen und die Kontrolle durch Führungskräfte sukzessive durch eine individuelle Selbst- oder Teamkontrolle ablösen. Dies fördert die Begeisterung und Selbstbestimmtheit des Teams, und wir werden flexibler und innovationsfähiger.

Herzlichst, Ihr

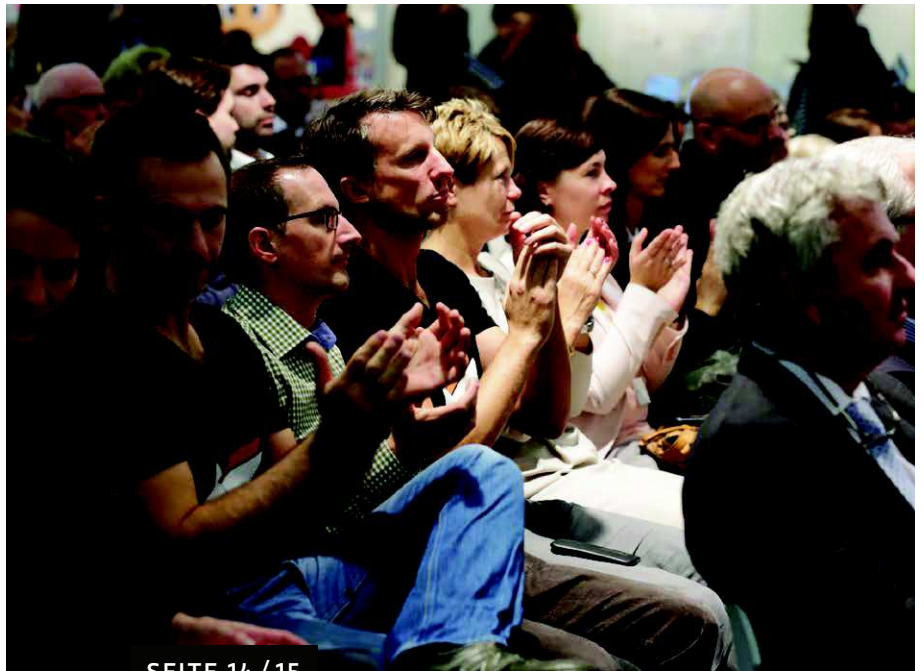
Dr. Ludger Kleyboldt

NWB Verlag
Vorstandsmitglied der Deutschen Fachpresse

INHALT

Verein Deutsche Fachpresse

- 5** Serie »Fachmedienmacher bei der Arbeit«: Nina Reddemann
- 6** Serie »Nachgehakt«: Lead-Generierung durch Events – wie geht das?
- 7** Jetzt zur Deutsche Fachpresse Publishers' London Tour anmelden
- 10** Marktcheck Weiterbildung: Gastbeitrag von Dr. Marco Olavarria
- 12** Rückblick: Publishers' Summit 2016: Der Wert der Pressefreiheit für eine starke Demokratie
- 14** Rückblick: Fachpresse-Empfang auf der Frankfurter Buchmesse – Netzwerken mit Start-ups
- 16** Awards der Deutschen Fachpresse 2017: Jetzt einreichen!
- 17** Young Professionals' Media Academy: Mitmachen lohnt sich!
- 22** Leute: Personalien aus der Fachmedienbranche



SEITE 14 / 15

Rückblick auf den Fachpresse-Empfang auf der Frankfurter Buchmesse

SEITE 42

Special: Softwarelösungen

ENTDECKERFREUDE



TITELTHEMA
SEITE 24

B2B-Medien

24 Titelthema: Entdeckerfreude
Wie Fachmedienhäuser und Start-ups gemeinsam neue Welten eröffnen

28 »Die Schnittstellen zwischen Verlagen und Handel könnten optimiert werden«: Interview mit Thomas Dohme

30 Azubis werben Azubis

32 Neu auf dem Fachmedienmarkt

33 Neue digitale Angebote

34 Serie »Webvideos im Einsatz«:

36 Produktentwicklung: Nutzer direkt einbinden

B2B-Kommunikation

40 B2B-Entscheideranalyse 2016/17: Fachmedien sind Top-Influencer der professionellen Entscheider

Special: Softwarelösungen

42 »Systeme werden immer komplexer und spezialisierter«: Interview mit Melanie Buresch

44 »Technologische Flexibilität ermöglicht kontinuierliches Lernen«: Interview mit Dr. Martin Würthner

44 »Zukunftssicher durch flexible Technologien«: Interview mit Jan Hornbacher

45 »Daten mit intelligenten Systemen rechtssicher aufbereiten«: Interview mit Sigrid Sieber

45 »Die Anforderungen an Verlagssoftware steigen«: Interview mit Knut Nicholas Krause

47 Seminare

47 Impressum

48 Termine der Deutschen Fachpresse



FACHMEDIENMACHER BEI DER ARBEIT

Was machen Sie denn da?

Chancen nutzen, neue Ideen umsetzen. Das anbieten, was gesucht ist. In enger Abstimmung mit den Redaktionen und mit Hilfe von Analysen und Statistiken können wir unseren Nutzerinnen und Nutzern online zielgerichtet die Informationen und Produkte anbieten, die sie wirklich interessieren. Wichtig ist das kontinuierliche Analysieren, Optimieren und Evaluieren. Im Vordergrund stehen dabei immer die Nutzerbedürfnisse. **Nina Reddemann ist im Carl Hanser Verlag (München) für das Audience Development zuständig. Zusätzlich engagiert sie sich in der Kommission Smart Data der Deutschen Fachpresse.** Mehr unter deutsche-fachpresse.de.