

LETTER

Das Magazin für Fachmedienmacher

3 / 2017

SEITE 24

Be social!

So wird Ihre
Social-Media-
Kommunikation
zum Erfolg

SEITE 40

CORPORATE PUBLISHING

Mit kreativen Ideen
Kunden begeistern

DEUTSCHE

Jahre

FACHPRESSE

25 Jahre
DEUTSCHE
FACHPRESSE



STARTPUNKT

Spot on: Das leisten wir!

A

m 30. Juni wurde das neue Urheber-Wissenschaftsgesellschafts-Gesetz trotz vieler ungeklärter Fragen im Eilverfahren vom Bundestag verabschiedet. Es verheißt für Autoren und ihre Verlage nichts Gutes: Ihre Kreativität und Leistung werden als solche nicht anerkannt, und die kostenlose Nutzung aller Werke für viele Zwecke wird ab 1. März 2018 erlaubt. Die wichtigsten Antworten auf Fragen zu den konkreten Konsequenzen der Reform für Verlage hat der Börsenverein in einem Q&A zusammengetragen, das in der Fachpresse-Geschäftsstelle angefordert werden kann.

»Woran hat's gelegen«, dass Verlage heute eher als aussterbende Spezies denn als Motoren unserer vielbeschworenen Wissensgesellschaft wahrgenommen werden? »Das ist natürlich immer so die Frage«, heißt es in einem vielgeklickten Fußball-Interview auf YouTube. Lachen Sie erstmal bitte mit!

Für mich gibt es viele Gründe. Doch der wichtigste aus meiner Sicht ist, dass viele der »Stakeholder« wie Bibliothekare, Wissenschaftler, Ministeriumsreferenten, Lehrende, Forschungsförderer, Studierende, Autoren, Journalisten und Verleger seit langem lieber über- statt miteinander reden. Dabei bemerkten viele nicht, welche großen Veränderungen und Experimente bei allen bereits stattgefunden haben oder auch noch laufen. Ergebnisse werden weder ausreichend publik gemacht noch zusammen diskutiert. Das behindert den gemeinsamen Fortschritt, den wir dringend brauchen.

Neugierde, Zuhören und Vertrauen, statt Neid, Unverständnis und Ignoranz der globaler Veränderungen sowie der Mechanismen der Marktwirtschaft, denen auch unsere Branche ausgesetzt ist, sind angesagt.

All das lässt sich leicht schreiben, aber beginnen wir bei uns: Laden Sie Politiker, Forschungsförderer und Bibliothekare ein, erklären Sie gemeinsam mit Ihren Kollegen, wie sich unser Wirken verändert hat und weiter verändern wird. Erläutern Sie, was ein Verlag für seine Branche und die Allgemeinheit leistet. Und diskutieren Sie, wo die Herausforderungen liegen und wie man sie gemeinsam bewältigen kann.

Solche Prozesse sind nicht einfach, das weiß ich aus eigener Erfahrung – aber auch, dass dabei alle sehr viel lernen können.

Liest man die Wahlprogramme der Parteien, so erfährt man, dass diese den alten Playern nicht viel zutrauen und digitale Start-ups fördern wollen. Wenn wir uns also nicht regen, werden wir nichts bewegen – obgleich sich doch sehr viel bei uns und durch uns bewegt! Deshalb: »Spot on: Das leisten wir!«

Ihre
Eva E. Wille

Wiley-VCH Verlag
Vorstandsmitglied der Deutschen Fachpresse

INHALT

Verein Deutsche Fachpresse

- 5** Serie »Fachmedienmacher bei der Arbeit«: Sabine Nowak
- 6** Serie »Nachgehakt«: Augmented Reality – wie sehen die Einsatzpotenziale für Fachverlage aus?
- 7** Gründung: AG Social Media
- 7** Neues Yellow Paper: Orientierung im Datenschungel
- 8** Dirk Sieben ist neu im Vorstand der Deutschen Fachpresse
- 9** Frankfurter Buchmesse: Einladung zum Fachpresse-Empfang
- 10** Rückblick auf den Kongress der Deutschen Fachpresse
- 17** 25 Jahre Deutsche Fachpresse: Rückschau auf die Jubiläumsfeier
- 22** Leute – Personalien aus der Fachmedienbranche

SEITE 10 – 13

Rückblick:

Das war der Kongress der Deutschen Fachpresse in Frankfurt

24 TITELTHEMA: Be social!

So wird Ihre Social-Media-Kommunikation zum Erfolg

B2B-Medien

- 31** Neue Reichweitenstudien bestätigen Stärke von Fachmedien
- 34** Investitionen in Zukunftsmärkte
- 35** Neu auf dem deutschen Fachmedienmarkt
- 36** Mit Industry Mapping neue Erlösquellen erschließen. Gastbeitrag von Philipp Wachter
- 39** Stärken des Mediums ausspielen



TITELTHEMA | SEITE 24

B2B-Kommunikation

40 »Fachmedienhäuser brauchen Wanderer zwischen den Welten«: Interview mit Oliver Detje

43 Seminare

43 Impressum

44 Termine der Deutschen Fachpresse

SEITE 40

»Im Corporate Publishing liegt tolles Wachstumspotenzial.«

Oliver Detje, DVV Media Group



FACHMEDIENMACHER BEI DER ARBEIT

Was machen Sie denn da?

»Lösungen entwickeln. In einem digitalen Unternehmen wie der Haufe Group steht der Kunde im Fokus. Wir entwickeln Produkte, die unseren Kunden die tägliche Arbeit erleichtern und messbaren Mehrwert liefern. Meine Aufgabe ist es, genau hinzuhören, zu analysieren und zu verstehen, um gemeinsam mit meinen Kollegen neue digitale Lösungen zu entwickeln. Was es dafür braucht? Kreativität! Aber auch stets den Mut, neue Wege zu gehen und sich – sowohl technologisch als auch kulturell – auf Unbekanntes einzulassen. Agilität, Selbstorganisation und Eigenverantwortung sind essenzieller Teil meines Führungsverständnisses – nur so ist es möglich, dem hohen Tempo am Markt gerecht zu werden.« **Sabine Nowak ist Teamleiterin Smart Customer Applications im Bereich Content Engineering & Development bei der Haufe Group.**