

LETTER

Das Magazin für Fachmedienmacher

4 / 2018

SEITE 24

Unbedingte Kunden- orientierung

*Business Intelligence
Tools: Fachmedienhäuser
als Produktentwickler*



SEITE 36

TRANS- FORMATION

Matthias Bauer,
Vorsitzender der
Vogel-Geschäfts-
führung, im Interview

DEUTSCHE

FACHPRESSE



STARTPUNKT

Eine lohnende Kooperation

Von allen Seiten hören wir es, jeden Tag fühlen wir es ein bisschen (mehr): Die Welt wandelt sich – und unsere Geschäftsbeziehungen und die Anforderungen unserer Kunden mit ihr! Das betrifft auch und gerade die Zusammenarbeit der Verlage mit dem (Buch-)Handel. Gehen wir gedanklich einmal 20 Jahre zurück: Frankfurter Buchmesse, die Kalender der Verlagsrepräsentanten voll mit Terminen von Buchhandelsvertretern. Die Handelsvertriebsquote vieler Fachverlage war damals ausgesprochen hoch. Heute haben sich die Zeiten grundlegend geändert. Die Digitalisierung hat in sämtliche Bereiche unserer Arbeitswelt und der unserer Kunden Einzug gehalten, Verlage haben branchenübergreifend in den Direktvertrieb investiert, und Amazon ist ein zum Teil übermächtiger Branchenriese geworden. Aber trotzdem: Die Geschäftsbeziehung zwischen den Fachverlagen und dem Handel ist weiterhin eine lohnende, wichtige und für viele dieser Verlage tragende Säule des Geschäfts. Zu Recht und mit Zukunft! Denn neben der direkten Beziehung der Verlage zum Endkunden kann der Handel bei diesen mit Dienstleistungen und Beratung aufwarten, die kein Verlag allein erbringen kann. Gerade im »Business to Business« und noch mehr im

»Business to Professional«-Segment können (und müssen) Händler kaufentscheidende Leistungsvorteile für den Endkunden erbringen. Angefangen mit der klassischen, unabhängigen Beratung bis hin zur vollintegrierten E-Commerce-Einkaufslösung. Voraussetzung ist natürlich, dass der Handel nah an den Bedürfnissen der Kunden agiert, diesbezüglich investiert und entsprechend echte Mehrwerte schafft. Außerdem müssen Fachverlage und Handel Produkte und Dienstleistungen in enger Abstimmung und zu fairen Konditionen entwickeln und umsetzen. Für ein Gegeneinander ist hier sicher wechselseitig kein Raum. Wenn wir gemeinsam und fair unser Geschäft gestalten, wird sich das für uns alle auszahlen. Und am allermeisten für unsere Kunden!

Es grüßt Sie herzlichst und allzeit optimistisch

Ihr
Christoph Bertling
Vorstand Deutsche Fachpresse

INHALT

Verein Deutsche Fachpresse

- 5** Serie »Fachmedienmacher bei der Arbeit«: Thekla Nero
- 6** Serie »Nachgehakt«: Webinare – wie nutzen Sie Onlineseminare in Ihrem Unternehmen?
- 7** Klaus Kottmeier: Mitbegründer der Deutschen Fachpresse feiert 85. Geburtstag
- 9** Vorschau auf den Kongress der Deutschen Fachpresse 2019
- 10** Rückblick: Fachpresse-Empfang auf der Frankfurter Buchmesse – Qualität zählt und zahlt sich aus
- 14** Young Professionals' Media Academy 2019 – Fachmedien-Know-how für Nachwuchskräfte
- 15** Jetzt bewerben: Fachmedium und Fachjournalist des Jahres 2019 gesucht
- 16** Rückblick VDZ Publishers' Summit 2018
- 20** Deutsche Fachpresse Publishers' Tallinn Tour 2019
- 22** Leute – Personalien aus der Fachmedienbranche

SEITE 15

Die Besten der Branche

Jetzt Bewerbung einreichen für die Awards »Fachmedium des Jahres 2019« und »Fachjournalist des Jahres 2019«

- 24 TITELTHEMA:**
Unbedingte Kundenorientierung
Business Intelligence Tools:
Fachmedienhäuser als Produktentwickler



B2B-Medien

- 28** M&A: Marktposition stärken, in Zukunftsthemen investieren
- 30** Fachbuchhandel und Fachverlage: Gemeinsam zum Wohle der Kunden
- 32** Neu auf dem Fachmedienmarkt
- 33** Aktuelle Meldungen aus der Fachmedienbranche

B2B-Kommunikation

- 36** Vogel Communications Group: Matthias Bauer im Interview zu Hintergründen und Folgen des Transformationsprozesses
- 40** Newsletter-Publishing: nutzwertiger durch weltweite, softwareunterstützte Presseschau

Special:Software

- 42** »Flexible und vor allem komfortable Cloudlösungen sind immer gefragter«: Interview mit Dr. Jörg Dassow
- 44** »Software muss heutige und künftige Prozesse unterstützen«: Interview mit Knut Nicholas Krause
- 45** »Die workflowgesteuerte Arbeit macht Spaß«: Interview mit Jan Hornbacher

SEITE 36

»Wir wollen unseren Kunden alles aus einer Hand anbieten.«

Matthias Bauer, Vorsitzender der Geschäftsführung der Vogel Communications Group, im Interview mit Bernd Adam



FACHMEDIENMACHER BEI DER ARBEIT

Was machen Sie denn da?

»Als Chief Digital Officer ist es meine Aufgabe, Wachstum durch neue digitale Geschäftsmodelle zu schaffen. Dabei verbinde ich IT mit Geschäft und Menschen mit Prozessen und agilen Methoden. Nur in dieser Kombination kann es gelingen aus tollen Ideen Produkte zu entwickeln, die beim Kunden ankommen. Ganz konkret beschäftige ich mich mit Kennzahlen, CRM, neuen Digitalplattformen und der Customer Experience. Der Großteil meines Tages besteht jedoch aus Kommunikation, um eine digitale Kultur zu entwickeln. Mir gefällt an meinem Job am besten, dass er ganzheitlich ist und ich jede Woche sehe, dass Impulse angenommen und direkt umgesetzt werden.« **Thekla Nero ist Chief Digital Officer beim Deutschen Landwirtschaftsverlag.**