

# LETTER



Das Magazin für Fachmedienmacher

2 / 2018

SEITE 20

## ***Folge der Industrie***

***Wie Fachmedien-  
häuser das Potenzial  
von Regionalmessen  
als Zukunftsmarkt  
erschließen***

DEUTSCHE

FACHPRESSE

SEITE 12

## **GEMEINSAM FREIHEIT EINFORDERN**

VDZ-Präsident Dr. Rudolf  
Thiemann im Interview



## STARTPUNKT

# Fachmedien in Aufbruch- stimmung!

S

ind Sie heute in Aufbruchstimmung? Aufbruch wohin, werden Sie fragen. Zum nächsten Workshop? In die Pfingstferien? Zum Kongress der Deutschen Fachpresse? Alle drei sind gute Optionen! Dass insbesondere der Fachpresse-Kongress am 16. und 17. Mai in Berlin eine lohnende Destination ist, lesen Sie in dieser *Letter*-Ausgabe gleich an mehreren Stellen.

Ich meine jedoch hier mit Aufbruch etwas anderes, etwas Größeres. Ich spreche von einem Aufbruch, der nicht nur räumlich stattfindet, sondern sich als Haltung in unseren Köpfen verankert und bis in die DNA unserer Unternehmen vordringt. Ein solcher Aufbruch bedeutet viel mehr, als Veränderung bloß zu umarmen, technische Entwicklungen zu loben und Unternehmen zu reorganisieren. Er bedeutet, sich bewusst und selbst auf die Suche nach Neuem zu machen und den Wandel aktiv einzufordern.

Dieser aktive Aufbruch, der auch das Aufbrechen veralteter Strukturen und gewohnter Denkmuster bedeutet, ist der einzige Weg, dem Wandel zu begegnen. Denn, um es mit den Worten von Dr. Carsten Linz (mit dem wir in Berlin eine Pre-Conference Master Class »Geschäftsmodelltransformation« anbieten) zu sagen: Veränderung ist immerwährend vorhanden, Veränderungsprozesse sind jedoch nicht konstant im Sinne von linear, sondern verlaufen exponentiell (mehr dazu lesen Sie im Interview ab Seite 28). Wir müssen uns also ganz bewusst von unserem linearen Denken und auch von so manchem Kalkül und Erfahrungswert lösen.

Was aber gibt uns die nötige Energie, den Mut und genügend Rückenwind, um die Segel für diesen Aufbruch zu hissen? Hier kommt der zweite Teil des Wortes „Aufbruchstimmung“ zum Tragen: Es ist die Stimmung, die Leidenschaft, die Passion für unsere Themen, unsere Kunden und unsere Branchen, die uns antreibt, immer einen Schritt voraus zu sein. Es begeistert mich, so vielen leidenschaftlichen Menschen in der Fachmedienwelt zu begegnen, die andere Ansätze wagen und neue Felder erschließen.

Aufbrechen heißt auch, Altvertrautes hinter sich zu lassen. Auf mich persönlich trifft dieser Gedanke diesmal in ganz besonderer Weise zu, denn im Mai lege ich mein Amt als Sprecher der Deutschen Fachpresse nach zwei Amtszeiten nieder. Ich blicke auf eine spannende Zeit voller Veränderungen und intensiver Kontakte zurück. Danke dafür! Und bleiben Sie mutig!

Mit besten Grüßen, herzlichst,

**Stefan Rühling**

Sprecher Deutsche Fachpresse

# INHALT

Verein Deutsche Fachpresse

- 5** Serie »Fachmedienmacher bei der Arbeit«: Marc Hugger
- 6** Serie »Nachgehakt«: E-Mail-Marketing – wie steigern Sie Ihre Klickraten?
- 8** Neuwahl des Fachpresse-Vorstands in Berlin
- 10** Rückblick auf die Deutsche Fachpresse Publishers' Stockholm Tour
- 12** »Es wird immer herausfordernder die Stimme für Freiheit, Freiheit für Journalismus und Vielfalt zur Geltung zu bringen«: Interview mit Dr. Rudolf Thiemann
- 18** Leute – Personalien aus der Fachmedienbranche

**20 TITELTHEMA:**  
**Folge der Industrie**  
Wie Fachmedienhäuser das Potenzial von Regionalmessen als Zukunftsmarkt erschließen

BzB-Medien

- 24** M&A: Wachsen durch strategische Zukäufe
- 25** Transaktionsmonitor Fachmedien 2017 mit neuen Rekordzahlen: Gastbeitrag von Axel Bartholomäus
- 28** »Wir digitalisieren nicht die Vergangenheit, sondern innovieren für die Zukunft«: Interview mit Dr. Carsten Linz
- 30** Neu auf dem Fachmedienmarkt
- 32** Innovationsfähigkeit und Exzellenz gewürdigt

SEITE 38

**Kongress der Deutschen Fachpresse**  
Leidenschaft für B2B – immer einen Schritt voraus



## Folge der Industrie

TITELTHEMA | SEITE 20

BzB-Kommunikation

- 34** Digitaler Durchbruch: Produkte und Services erfolgreich monetarisieren: Gastbeitrag von Jürgen Pfister

Fokus: Kongress der Deutschen Fachpresse

- 37** Partner des Kongresses der Deutschen Fachpresse
- 38** Das sind die Programmhilights
- 42** »Sie können nicht etwas Besonderes schaffen, indem Sie die Besonderheiten anderer kopieren«: Interview mit Anja Förster

- 47** Seminare/Veranstaltungen
- 47** Impressum
- 48** Termine der Deutschen Fachpresse

SEITE 12

**»Ich will ein wirkungsvoller Botschafter der gesamten Branche sein.«**

**VDZ-Präsident Dr. Rudolf Thiemann im Interview**



## FACHMEDIENMACHER BEI DER ARBEIT

### Was machen Sie denn da?

»Ein Video für ein neues Produkt planen. Was früher die Anzeige oder Bedienungsanleitung war, ist heute das Video zum Produkt. Meine Aufgabe dabei ist es, die Videos zu konzipieren und anschließend umzusetzen. Natürlich kommen auch meine Aufgaben in der Online-Redaktion nicht zu kurz. Dort geht es primär darum, unsere Website und die Social-Media-Kanäle zu befüllen. Einerseits mit selbst produziertem Content wie Interviews oder Berichterstattungen über Messen und Veranstaltungen – durchaus auch per Video, und andererseits mit bereits vorhandenem Content, der nur noch angepasst und eingesetzt werden muss.« **Marc Hugger ist Digital Media Manager in der PTAheute-Online-Redaktion bei der Mediengruppe Deutscher Apotheker Verlag.**