B2B-Werbemarkt

Wie die Corona-Pandemie die Transformation im B2B-Werbemarkt beschleunigt

LEARNINGS AUS DER CORONA-KRISE
Geschäftsführerstimmen im Nachgehakt-Spezial
Innovation wagen, Kompetenzen wahren, durchhalten

Unerwartet und mit geballter Kraft traf sie uns ab März dieses Jahres: die Corona-Pandemie. Die gesellschaftliche Lebenswelt wurde auf ein Minimum zurückgefahren, die Wirtschaft eingeschränkt, das Gesundheitssystem stand vor nicht absehbaren Herausforderungen. Und nun befinden wir uns mitten in der Krise, die diese Pandemie ausgelöst hat und die auch ihre Spuren in der Fachmedienbranche hinterlässt.


Doch trotz der Notwendigkeit zur Umstellung sollten nicht alle Überlegungen nur auf diese Krise fokussiert sein und die bisherigen erfolgreichen Geschäftsmodelle und Kompetenzen über Bord geworfen werden.

Zwischen all diesen Herausforderungen, Innovationen und Umstellungen müssen wir den Mut und die Zuversicht haben, dass es in der zweiten Jahreshäfte 2021 wieder zu relativ verlässlichen Verhältnissen kommen wird. Auch diese Krise hat irgendwann ein Ende – ganz sicher!

Ihr

Dr. Klaus Krammer
Sprecher Deutsche Fachpresse
INHALT

5 Serie »Fachmedienmacher bei der Arbeit«: Miriam Kury
6 Nachgekant Spezial: Learnings aus der Corona-Krise
11 Deutsche Fachpresse digital: Onlineangebote für starke Fachmedien
14 And the Winners are: Die Fachmedien und Fachjournalisten des Jahres 2020
22 YPMA 2021: Nachwuchstraining der Branche geht online
26 Leute – Personalien aus der Fachmedienbranche

30 TITELTHEMA: B2B-Werbemarkt
Wie die Corona-Pandemie die Transformation im B2B-Werbemarkt beschleunigt

34 M&A: Strategisch investieren, Portfolio stärken
35 Kooperationen und Relaunches
36 Einheitliche Lösungen und neue Vertriebswege – Gastbeitrag von Jasmin Ahluwalia und Alexander Graff
37 Vermisstes aus der Fachmedienbranche
38 Eventmarkt: Der Krise flexibel begegnen
39 Neovitäten: Neu auf dem Fachmedienmarkt
40 LAE-Sonderauswertung 2020: Fachmedienangebote sind Top-Informationsquellen
42 »Diversifizierung war noch nie so wertvoll wie heute« – Jonas Triebel im Interview über die aktuelle Lage und Entwicklung bei IDG

46 Wir begleiten den Veränderungsprozess in der Branche schon längst – Interview mit Dr. Jörg Dassow

SEITE 22
Young Professionals’ Media Academy 2021 Online

SEITE 42
»Der Bedarf an der Art von Informationen, die wir produzieren, war selten so hoch wie in diesem Jahr.«
Jonas Triebel im Interview
Was machen Sie denn da?


Miriam Kury ist Online Kampagnen Manager bei der Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker.