

# LETTER

Das Magazin für Fachmedienmacher:innen

2/2021

SEITE 18

## Digitali- sierung 2.0

Vom Verlag zum  
Software- und  
Lösungsanbieter

SEITE 34

## INNOVATIONS- FREUDE IN SCHWIERIGEN ZEITEN

VKU-Geschäftsführer  
Carsten Wagner  
im Interview

DEUTSCHE

FACHPRESSE



# Starke Publikationen brauchen starke Partner.



Stärken Sie Ihr Abo-Geschäft durch die richtige Partnerwahl.

Denn wir bringen die Qualität, die Ihre Leser von Ihnen erwarten. Unser Transportnetz sichert schnelle, flexible und pünktliche Zustellung in höchster Qualität. Profitieren Sie außerdem von unseren zahlreichen Zusatzleistungen wie elektronischer Adressberichtigung, softwaregestützter Versandvorbereitung oder Beilagenzusteuern.

[deutschepost.de/pressedistribution](https://deutschepost.de/pressedistribution)



## STARTPUNKT

# Zurück in die Zukunft

**W**ie wird die Post-Corona-Welt für Fachmedien aussehen? Anders. Das ist sicher. Ein erstes Indiz dafür liefert die Fachpresse-Statistik 2020. Dort zeigt sich ein uneinheitliches Bild: Auf der einen Seite eine gewisse Resilienz der Geschäftsmodelle und auf der anderen deutliche Umsatzrückgänge. Die Erfahrungen aus vorherigen Krisen zeigen, dass sich tiefe Umsatzfurchen meist nicht mehr vollständig ausgleichen lassen.

Eine eindeutige Entwicklung im Hinblick auf wachsende Erlösströme, die Einbußen mehr als ausgleichen könnten, ist nicht erkennbar. Weder das digitale Wachstum noch die Vertriebs Erlöse reichen aktuell dazu aus. Und doch sind dies die beiden Chancegeber, die unsere volle Kreativität erfordern.

Sowohl die vielzitierte Formulierung »Corona als Brandbeschleuniger« als auch das vermeintliche Churchill-Zitat »Never let a good crisis go to waste« sind inzwischen Allgemeinut. Fehlt nur noch das Homeoffice, welches in den meisten Fällen wohl eher mobiles Arbeiten meint. Es ist erstaunlich, in welchem Tempo und mit welcher Konsequenz große Teile der Kopfarbeiter:innen vor mehr als einem Jahr ins mobile Arbeiten gewechselt sind und weiterhin so arbeiten. Die Erfahrungen damit sind je nach persönlicher Lebenssituation unterschiedlich. Das Arbeiten in der Zukunft wird sich spürbar verändern. Das steht fest. Trotz wachsender Homeoffice-Fatigue und der Sehnsucht nach persönlicher Begegnung.

Wenn wir die Krise nicht ungenutzt verstreichen lassen wollen, dann brauchen wir viel Kreativität und Experimen-

tierfreude. Aber was macht den Menschen kreativ? Das fragte sich unlängst der Wissenschaftsautor Stefan Klein im *Zeit Magazin*. Und stellte fest: Das Genie, das aus sich heraus Epochales schafft, ist ein Mythos. Kreativität entsteht durch Austausch und Kombination.

Es bedarf neuer Modelle für die Kombination aus Präsenz im Büro und mobilem Arbeiten. Abgestimmt auf das jeweilige Unternehmen und die Mitarbeitenden. Dazu notwendig sind Raum für Austausch und Kombination, Flexibilität auf beiden Seiten und Bereitschaft zu experimentieren. Und natürlich Vertrauen. Damit schaffen wir die optimalen Voraussetzungen für die notwendige Kreativität, die wir jetzt benötigen, um unsere Geschäftsmodelle zukunftssicher zu machen.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei der Entwicklung neuer Arbeitskonzepte für den Start in die Post-Corona-Welt. Wenn wir es richtig machen, wird es gut – ganz sicher.

Ihr

**Holger Knapp**  
Vorstand Deutsche Fachpresse

# INHALT

Verein Deutsche Fachpresse

- 5** Serie »Fachmedienmacher bei der Arbeit«: Nils Berthold
- 6** Nachgehakt: Nachhaltigkeit – Welche Aktivitäten gibt es bereits oder sind in Ihrem Unternehmen geplant?
- 8** Neuer Termin für Mitgliederversammlungen und Neuwahlen
- 10** »Ich blicke auf jeden Fall optimistisch auf das laufende Jahr« – Dr.-Ing. Klaus Krammer im Interview
- 13** Auf den Punkt – Rückblick Digital Innovation Tour
- 14** Vorgestellt – Ideen und Impulse für digitale Innovationen im Fachmedienbereich
- 16** Leute – Personalien aus der Fachmedienbranche
- 18 TITELTHEMA: Digitalisierung 2.0**  
Wie Verlage sich zunehmend zu Software- und integrierten Lösungsanbietern entwickeln

SEITE 22



Fokus: B2B Media Days 2021

- 22** Programmhilights der B2B Media Days – Kongress der Deutschen Fachpresse 2021
- 24** Sponsoren und Partner der B2B Media Days – Kongress der Deutschen Fachpresse 2021

TITELTHEMA | SEITE 18



BzB-Medien

- 30** Fachpresse-Statistik 2020: Branchenumsatz sinkt trotz Digitalisierungsschubs
- 34** »Wir wollen uns nicht auf einer sehr guten Wettbewerbsposition ausruhen« – Carsten Wagner im Interview
- 38** Anforderungen an Fachredakteur:innen bleiben hoch: Chefredakteursumfrage 2020 liegt vor
- 40** Neu auf dem Fachmedienmarkt
- 41** Wir gratulieren! Kontinuität und Wandel
- 42** Mehr Entwicklungspotenzial und eine gesicherte Zukunft – Gastbeitrag von Christoph Bertling
- 44** Vermischtes aus der Fachmedienbranche
- 46** Weiterbildungsangebote
- 46** Impressum
- 47** Termine der Deutschen Fachpresse

SEITE 34

**»Kommunizieren, kommunizieren, kommunizieren. Ich glaube, das ist in all diesen Veränderungsprozessen, egal bei welchem Verlag, der Schlüsselfaktor«**

**Carsten Wagner, Geschäftsführer des VKU Verlags, im Interview**



## FACHMEDIENMACHER BEI DER ARBEIT

### Was machen Sie denn da?

»Als Shop- und Eventmanager im Team des *Feuerwehr-Magazin* bin ich in zwei sehr unterschiedlichen Themenfeldern gleichzeitig tätig. Ich betreue zum einen den *Feuerwehr-Magazin-Shop*, mein Gebiet ist hier also klassisches E-Commerce. Im Shopteam bin ich primär für die Entwicklung und Herstellung der Eigenprodukte wie beispielsweise Merchandise sowie den Einkauf von unterschiedlichsten Produkten anderer Marken zuständig. Im Bereich Events organisiere ich aktuell Webinare und betreue unser neues E-Learning-Angebot für die Feuerwehrbranche. Vor der Corona-Pandemie waren es zudem Seminare, Messeauftritte, Preisverleihungen und Ähnliches – die hoffentlich auch in naher Zukunft wieder möglich sind. Ich mag es sehr, dass ich sowohl kreativ arbeite als auch im kaufmännischen Bereich.«

**Nils Berthold ist Shop- & Eventmanager *Feuerwehr-Magazin*/*Rettungs-Magazin* bei der Ebner Media Group in Bremen.**