

# KONGRESS DER DEUTSCHEN FACHPRESSE

25 Jahre DEUTSCHE FACHPRESSE

NEUE HORIZONTE ERSCHLIESSEN – DIE ZUKUNFT AKTIV GESTALTEN

17./18. Mai 2017, Kap Europa, Frankfurt

ONLINE-PROGRAMM UND LIVE-BLOG: <http://kongress.deutsche-fachpresse.de>  
 HASHTAG: #fpk17 | WLAN: KapEuropaPremium  
 NAME: DeutscheFachpresse | PASSWORT: Kongress2017

## PROGRAMM

MITTWOCH, 17. MAI 2017

TAGESMODERATION: **Dr. Torsten Casimir**, Chefredakteur Börsenblatt

8.30 – 10.00 UHR **REGISTRIERUNG, BEGRÜSSUNGSKAFFEE & SPONSORENAUSSTELLUNG**

9.00 – 10.00 UHR **SPEED-NETWORKING IM RAUM ORIENT**

Keine Anmeldung erforderlich

Moderation: **Judith Hoffmann**, Leitung Weiterbildung, Projekte, Marketing mediacampus frankfurt

10.00 – 10.15 UHR **ERÖFFNUNG**

**Stefan Rühling**, Sprecher Deutsche Fachpresse

10.15 – 10.30 UHR **BEGRÜSSUNG**

**Dr. Stephan J. Holthoff-Pförtner**, VDZ-Präsident

10.30 – 11.10 UHR **THINGS TO COME: LEBEN UND ARBEITEN IN DER UMGEBUNGSINTELLIGENZ**

**Yvonne Hofstetter**, Geschäftsführerin Teramark Technologies

11.10 – 11.50 UHR **THE TRANSITION OF A UK PRINT PUBLISHING COMPANY INTO AN INTERNATIONAL SPECIALIST MEDIA INFORMATION BUSINESS**

**Kevin Costello**, CEO Haymarket Media Group

11.50 – 12.00 UHR **E-COMMERCE AS A SERVICE – PERFECT SOLUTION FOR SPECIAL PUBLISHER**

**Philipp Ganzmüller**, Geschäftsführender Gesellschafter Creditreform München Ganzmüller, Groher & Kollegen KG

**Axel Steffen**, Teamleader Channel Sales PAYONE GmbH

**Friedrich Streng**, Geschäftsführer InTime Media Services GmbH

12.00 – 13.00 UHR **MITTAGSPAUSE**

13.00 – 13.30 UHR **CONTENT MARKETING – HYPE ODER HOFFNUNG?**

**Dr. Andreas Siefke**, Präsident Content Marketing Forum, Geschäftsführender Gesellschafter Bissinger+

13.30 – 14.00 UHR **TECHNOLOGIE ALS SCHLÜSSELKOMPETENZ FÜR FACHMEDIENHÄUSER**

**York von Heimburg**, Vorstand IDG Communications Media

14.00 – 14.30 UHR **WAHRHEIT UND MYTHEN RUND UM AGILE METHODEN**

**Birte Hackenjos**, Geschäftsführerin Haufe Gruppe

14.30 – 15.15 UHR **KAFFEEPAUSE**

15.15 – 16.30 UHR **START-UP-EXPERIENCE**

Start-ups stellen ihre Geschäftsideen und Arbeitsmethoden mit B2B-Bezug vor.

Ein moderiertes Kompaktprogramm zur Innovationskultur mit **Penny Ladkin-Brand**, CFO Future plc., **Anna Kaiser**, Gründerin und Geschäftsführerin Tandemploy und **Benita Barten** Team Digital Transformation Commerzbank

Moderation: **Dr. Bastian Schwithal** und **Volker Zanetti**, Blogfabrik

16.30 – 18.00 UHR **PAUSE & SPONSORENAUSSTELLUNG**

PARALLELE VERANSTALTUNGEN AB 16.45 UHR

16.45 – 18.45 UHR	RAUM: KRISTALL	RAUM: ORIENT	RAUM: KOSMOS	RAUM: KOMET
16.50 – 18.00 UHR <b>MITGLIEDERVERSAMMLUNG</b> Mit gesonderter Einladung	16.45 – 17.45 UHR <b>SPEED-NETWORKING</b> Keine Anmeldung erforderlich Moderation: <b>Judith Hoffmann</b> , Leitung Weiterbildung, Projekte, Marketing mediacampus Frankfurt	18.00 – 18.45 UHR <b>ALUMNI-TREFFEN – YOUNG PROFESSIONALS' MEDIA ACADEMY</b> Für alle YPMA-Jahrgänge	18.00 – 18.45 UHR <b>TREFFEN DER KOMMISSIONSVORSITZENDEN</b>	

18.00 – 18.45 UHR **APERITIF & IMBISS IM FOYER EBENE 2**

18.45 – 20.30 UHR **VERLEIHUNG DER FACHPRESSE-AWARDS**

„Fachjournalist des Jahres 2017“, „Fachmedium des Jahres 2017“

Moderation: **Volker Wieprecht**, radioeins vom RBB

Nach der Verleihung der Fachpresse-Awards bringt ein Shuttlebus-Service alle Teilnehmer zur B2B Media Night im Druckwasserwerk und wieder zurück zum Kap Europa oder zum Hauptbahnhof.

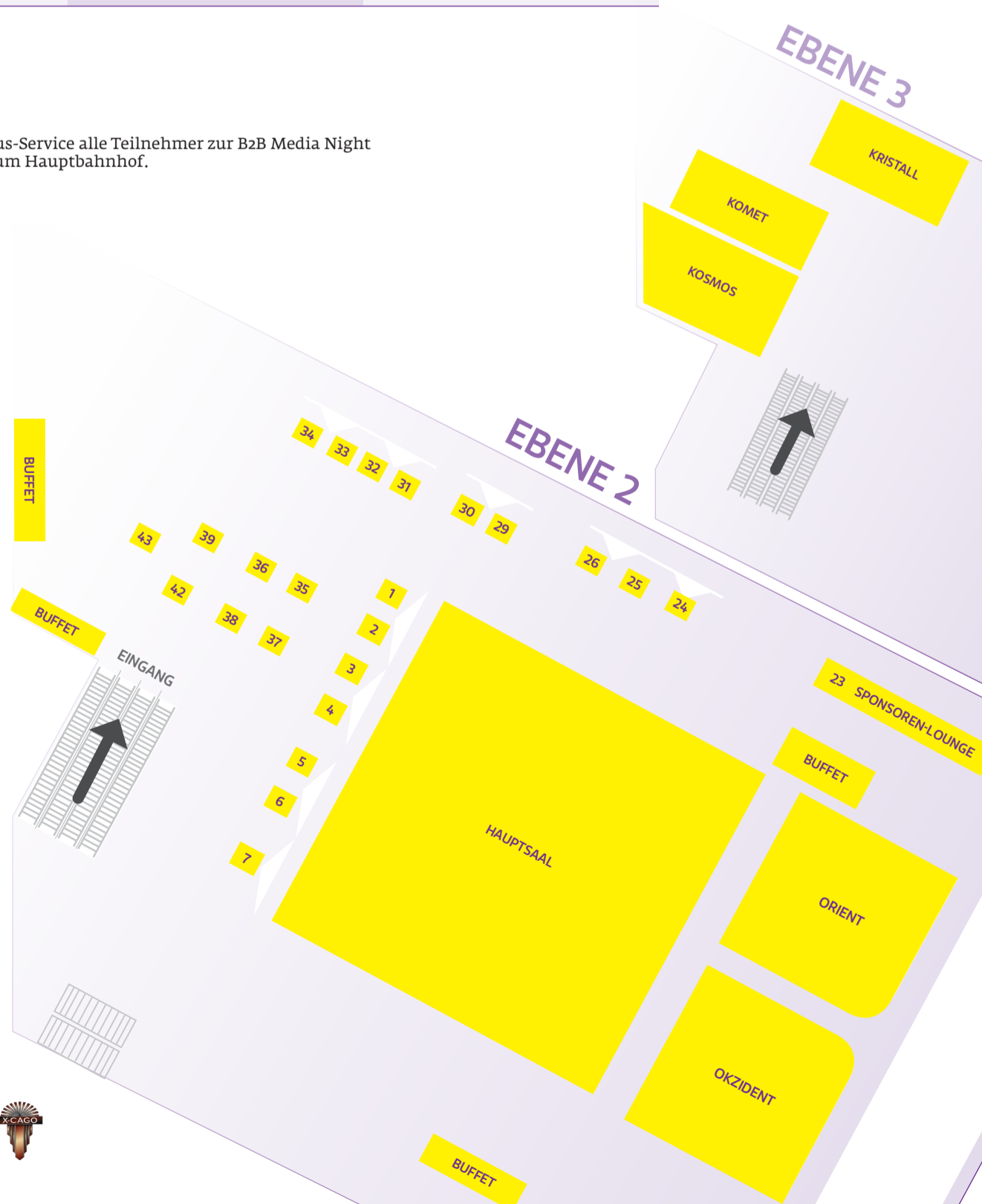
AB 21.00 UHR **B2B MEDIA NIGHT IM DRUCKWASSERWERK**

(Rotfeder Ring 16, 60327 Frankfurt am Main)

HAUPTSPONSOR:



KONGRESS-SPONSOREN:



# PROGRAMM

DONNERSTAG, 18. MAI 2017

## PARALLELE SESSIONS AB 8.45 UHR BUSINESS-FRÜHSTÜCK – DER INFORMATIVE START IN DEN TAG

8.45 – 9.30 UHR	RAUM: KRISTALL	RAUM: KOSMOS	RAUM: KOMET
	<b>BUSINESS-FRÜHSTÜCK I : FACHPRESSE – STANDORT IM MULTIMEDIALEN UMFELD</b> Cornelia Hesse und Erika Pacyna, Czaia Marktforschung Vorgestellt werden Erkenntnisse und Erfahrungen aus vier Jahren B2B- Entscheideranalyse.	<b>BUSINESS-FRÜHSTÜCK II : WIRKUNGSVOLLER WAR IHRE KUNDENANSPRACHE NOCH NIE</b> André Keeve, Vice President Digitales Dialogmarketing Deutsche Post Mit Consentric hat die Deutsche Post einen innovativen Dialogmarketing-Ansatz entwickelt, der die Wertigkeit und Nach- haltigkeit der Offline- mit der Dynamik der Online-Welt verbindet.	<b>BUSINESS-FRÜHSTÜCK III : DFV MEDIENGRUPPE – MIT DER RICHTIGEN AUSTRÜSTUNG IN RICHTUNG ZUKUNFT</b> Michael Paulus, Leitung Grafische Dienste dfv Mediengruppe Erfahren Sie, wie die dfv Mediengruppe Inhalte effizient produziert, organisiert und für Print und Digital wiederver- wendet – und damit Freiräume für ihre Kernkompetenzen schafft.

**9.45 – 10.30 UHR KEYNOTE IM PLENUM  
IDEEN-FEUERWERK! WIE FACHMEDIENHÄUSER MIT ERFOLGREICHEN IDEEN AUS ANDEREN BRANCHEN UMSATZ UND GEWINN STEIGERN KÖNNEN**  
Dr. Arno Langbehn, Geschäftsführer B. Behr's Verlag  
Von anderen lernen. Im Vortrag wird anschaulich an verschiedenen Beispielen aus verlagsfremden Branchen gezeigt, wie diese bei einem Fachmedienanbieter umgesetzt wurden. Hierzu gehören die Fokussierung auf ganz kleine Bereiche mit großer Relevanz für den Kunden, Anregungen für nicht-alltägliche Werbung und die Aufwertung von Produkten bis hin bis zum Aufbau von Produktfamilien.

## PARALLELE SESSIONS AB 10.45 UHR

10.45 – 12.45 UHR	RAUM: OKZIDENT DIGITAL BUSINESS	RAUM: ORIENT MARKETING & MEDIA SALES	RAUM: KOMET START-UPS	RAUM: KRISTALL VERTRIEB/RECHT	RAUM: KOSMOS REDAKTION
10.45 – 10.50 UHR	<b>HTML5 STATT PDF – ZEITGEMÄSSES DIGITAL PUBLISHING MIT MOBIO</b> Alexander Hornen, schaffrath medien	<b>VERKAUF NACH KUNDENTYPOLOGIE IM DIGITALEN WERBEMARKT</b> Thorsten Gerke, tg&partner Welche Argumente überzeugen im aktiven Online-Verkauf? Welches sind die häufigsten Abschlusshürden und Verkaufshemmnisse? Wie lassen sie sich lösen? Der wissenschaftlich fundierte Typologie-Ansatz bietet darauf Antworten, die einfach und schnell in der Verkauf- spraxis anwendbar sind. Bei der Kunden- analyse und Dialogführung aber auch bei der Konzeption von Mediadaten und Ver- kaufsunterlagen. Die erprobte Methode unterstützt z. B. beim Vertrieb von innova- tiven Digitalformaten, Social Media, Leads und klassischen Standardbannern.	<b>INNOVATIONSMANAGEMENT: DIE SACHE MIT DEN ZWEI GESCHWINDIGKEITEN</b> Ronald Schild, MVB Während neue Ideen in Start-up-Struk- turen schnell an Fahrt gewinnen können, sind Innovationsprozesse in etablierten Unternehmen oftmals eher langwierige Prozesse. Die Schlüsselfrage für Medien- häuser lautet: Wie können wir von inno- vativen Ansätzen profitieren, die nicht selten das angestammte Geschäft in Frage stellen? Die MVB als Fachverlag und zentraler Dienstleister der Buch- branche bringt beide Kulturen mit ihren unterschiedlichen Geschwindigkeiten durch agile Prozesse und einen spezi- fischen Innovationsbereich in eigenen Unternehmen zusammen.	<b>INTEREST IM PRESSEREGAL: WARUM MAN GERADE HEUTE ÜBER DEN EINZEL- VERKAUF NOCH LESER GEWINNEN KANN</b> Dieter Schwengler, VU Verlagsunion	<b>ANFORDERUNGSPROFIL IN FACH- REDAKTIONEN: ERGEBNISSE DER CHEFREDAKTEURSUMFRAGE 2017</b> Tobias Freudenberg, Neue Juristische Wochenzeit- schrift (NJW), Verlag C.H. BECK Der schnelle Wandel in der Medien- branche wirkt sich zunehmend auch auf den Redaktionsalltag in Fachverlagen aus. Die Kommission Redaktion der Deutschen Fachpresse hat die Verän- derungen der Anforderungsprofile in Fachredaktionen mittels einer Chefre- dakteursumfrage analysiert. In dieser Session werden die Ergebnisse erstmals und exklusiv vorgestellt und diskutiert.
10.50 – 11.20 UHR	<b>MOBILE BEWERBUNG 4.0 – RAUS AUS DER MOBILEN SACKGAS- SE UND EINTAUCHEN IN VIRTUELLE WELTEN!</b> Prof. Dr. Wolfgang Jäger, Fachbereich Design Informatik Medien Hochschule RheinMain Die Stellensuche über mobile Endgeräte (Smartphones, Tablets) nimmt weiter kontinuierlich zu. Die Zukunft der mobil- optimierten Stellenanzeigen geht mehr in Richtung Audiovisualität und das Eintauchen in virtuelle Welten.			<b>NEUE ABOMODELLE &amp; VERMARK- TUNGSDIENSTE FÜR PRINT UND ONLINE</b> Maria Scholz, Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker Vermarktungsdiensete u. deren Umsetzung. Berücksichtigt werden u. a. Line Exten- sions, Veranstaltungen und Content Syndication. Jörg Detzel, Alfons W. Gentner Verlag Vorstellung des Prozesses, mit dem der „Premium-Bereich“ mit attraktiven Print-Online-Paketen entwickelt wurde: Von der Produktidee über umfassende Marktforschung bis hin zur Vermarktung.	
11.25 – 12.00 UHR	<b>VOM FACHVERLAG ZUR PLATTFORM FÜR GESCHÄFTSANBAHNUNG</b> Kilian Müller, publish-industry Verlag Seit zwei Jahren folgt publish-industry einem visionären Transformationspro- zess: vom Fachverlag zur Plattform für Geschäftsanbahnung. Der Vortrag gibt Einblicke in die Neuausrichtung und beschreibt den Veränderungsprozess.	<b>ROUND TABLE: SEO FACHVERLAGE</b> Gordon Krause, Beuth Verlag und Frank Hanna, Matthaes Verlag Wie können Fachmedienanbieter ihr digitales Angebot für Suchmaschinen optimieren? Tipps aus der Praxis.	<b>START-UP-SESSION</b> Jan Reichelt, Entrepreneur, Co-Founder of Mendelej Jan Reichelt ist Director beim Londoner Accelerator Emerge Education und Mit- begründer von Mendelej, das im Jahr 2012 an Reed Elsevier verkauft wurde. Er ist aktiver Angel Investor, überwiegend in Edtech, und berichtet über die neuesten internationalen Trends.	<b>FACHINFORMATIONEN PROFITABEL AN UNTERNEHMEN VERKAUFEN – AKTUELLE UND ZUKÜNFTIGE HERAUS- FORDERUNGEN</b> Alexander Craff, Schweitzer Fachinformationen Wer kauft in Unternehmen was und wie ein? Welche Rollen haben Fachinfor- mationsdienstleister und Verlage dabei und welche Geschäftsmodelle funktionieren auch noch in Zukunft?	<b>HIGH PERFORMANCE IN DER FACHMEDIEN-REDAKTION</b> Dr. Roman Leuthner, Dr. Roman Leuthner Der Vortrag zeigt am Beispiel eines Change-Management-Prozesses in einer Redaktion für ein fiktives Fachmedium konkret und praxisnah, wie Redaktionen auf ein High-Performance-Level gebracht werden können.
12.05 – 12.10 UHR	<b>MEHR ERLÖSE DURCH ZWEITVER- MARKTUNG IHRES FACH-CONTENTS – ZUSAMMEN MIT DER PMG</b> Dr. Oliver Graßy, PMG Presse-Monitor	<b>ROUND TABLE: ENTSCHEIDUNGSPFAD APP VS. RESPONSIVE DESIGN</b> Wolfgang Saam, Verlagsgesell- schaft Rudolf Müller Ist die Zeit der Apps zu Ende? Werden mobile Angebote angesichts verfügbarer Bandbreiten zukünftig über responsive Seiten realisiert? Tipps und Erfahrungen aus der Praxis.	<b>COOPERATE, INVEST ODER FORGET? START-UPS BEWERTEN</b> Prof. Dr. Okke Schlüter, Studiengang Mediapublishing, Hochschule der Medien, Dr. Harald Henzler, smart digits Dr. Bettina Hansen, Georg Thieme Verlag und Detlef Büttner, Lehmanns Media Die digitale Transformation erfordert auch in der Verlagswelt ein Umdenken: Denn die bewährte Wertschöpfung wird durch neue, digitale Lösungen zuneh- mend infrage gestellt. Es müssen neue Geschäftsmodelle und neue Herangehen- weisen her – und viele nun geforderte Kompetenzen müssen im Unternehmen erst neu erworben werden. Hier lohnt sich der Blick in die Start-up-Welt. Erfahrungen aus dem CONTENTshift- Accelerator der Börsenvereinsgruppe.	<b>AKTUELLE RECHTSTHEMEN</b> Prof. Dr. Christian Sprang, Börsenverein des Deutschen Buchhandels Am 20. Mai 2017 stehen bei der Mitglie- derversammlung der VG WORT erneut wichtige Entscheidungen darüber an, ob diese ihre Arbeit als gemeinsame Verwertungsgesellschaft von Urhebern und Verlagen fortsetzen kann. Daneben kommen auf einen Großteil der Verlage im Juni 2017 die endgültigen Rückfor- derungen aufgrund des umstrittenen Vogel-Urteils des Bundesgerichtshofs zu. Der Vortrag beleuchtet weiter Verlauf und voraussichtlichen Ausgang der politi- schen Diskussionen über die Erweiterung der für Fach- und Wissenschaftsverlage gefährlichen Urheberrechtsschranken im Bereich Bildung und Wissenschaft sowie zentrale Entwicklungen im europäischen Urheberrecht.	<b>ES WIRD SCHWERER ALS SIE GLAUBEN – BERICHTE AUS DER PRAXIS</b> Nikola Ulrich, Publisher Consultants Das Berufsbild des Redakteurs ist einem starken Wandel unterworfen. Aufgaben, Abläufe und damit auch die Arbeitsplät- ze verändern sich rasant. Bei der not- wendigen Neuausrichtung der Redaktion zeigt sich jedoch oft, dass sich die theo- retische Planung praktisch nicht effizient umsetzen lässt. Es sind unterschiedliche Schwierigkeiten, die viele Projekte zum Scheitern bringen. Wer sich die Vielfalt der Herausforderungen jedoch frühzeitig bewusst macht, kann Veränderungen erfolgreich umsetzen. Der Vortrag zeigt Beispiele aus der Beratungspraxis, welche Probleme eine Neuausrichtung mit sich bringen kann und wie konkrete Lösungen dafür aussehen.
12.10 – 12.45 UHR	<b>MAKING CONTENT &amp; COMMERCE MARRIAGES WORK – HOW BUYING A START-UP DROVE ELEKTOR INTO A NEW ERA</b> Don Akkermans und Erik Jansen, Elektor Verlag With sixty years of history in the international publishing industry to its name, Elektor Verlag was both proud and struggling at the same time. In a bold move to forever change his company Don Akkermans acquired a startup that would change the company from within.				

## 12.45 – 13.45 UHR MITTAGSPAUSE

13.45 – 15.10 UHR	RAUM: OKZIDENT WEBINARE/SOCIAL MEDIA	RAUM: ORIENT CONTENT-MARKETING	RAUM: KOMET STRATEGIE	RAUM: KRISTALL TRANSACTION/PROGRAMMATIC	RAUM: KOSMOS IT/AUTOMATISIERUNG
13.45 – 14.25 UHR	<b>WUNDERWAFFE WEBINAR – WEIT MEHR ALS EINE WEITERE VERKAUFS- PLATTFORM</b> Uwe Dietrich, Vogel Business Media Im Marketingmix sind Webinare als interaktive Plattform nicht mehr weg- zudenken. Wie man die Webinarernte und -systematik für Einsatzgebiete wie Awareness, Leser-/Nutzer-/Userbildung, corporate sponsoring und für Hybridver- anstaltungen nutzen kann, zeigt dieser Vortrag vom Webinar-Experten Uwe Dietrich.	<b>MIT CONTENT-MARKETING GELD VERDIENEN: DO'S &amp; DON'TS FÜR IHREN VERKAUFSERFOLG</b> Thorsten Gerke, tg&partner, Martin Grashoff, VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft, Steffen Meier, Digital Publishing Report, Kornelia Wind, Mediengruppe Deutscher Apotheker Verlag und Malik Zighmi, Georg Thieme Verlag Praxis, Insights, Expertise – das erwartet Sie: In der ersten Hälfte zeigt die Kom- mission wichtige Grundlagen zum Content Marketing auf und darauf aufbauend wie sich Fachverlage erfolgreich als Content-Marketing-Anbieter positionieren und Verkaufserfolge erzielen können. In der zweiten Sessionhälfte werden an drei moderierten Round Tables die Themen- bereiche „Orga & Prozesse“, „Kalkulation“ und „Verkaufs- und Beratungskompetenz“ diskutiert und Erfahrungen ausgetauscht.	<b>STRATEGISCHES PORTFOLIOMANAGE- MENT IN VERNETZTEN MÄRKTEN – KOMPLEXE MEDIENPORTFOLIEN TRANSPARENT UND AGIL STEUERN</b> Dr. Martina Steinröder, Steinröder. Publishing Consulting Das Angebotsportfolio von Verlagen wird immer komplexer. Ein aktives Portfolio- management ermöglicht Transparenz zu schaffen, die Wertschöpfung zu verbessern und ein ausgewogenes Verhältnis von Chancen und Risiken zu erreichen. Im Vortrag wird gezeigt, wie Fachmedien- häuser ihr Portfolio aktiv und erfolgreich managen können.	<b>CONTENT VS. POETRY: WARUM IM DATENBASIIERTEN UND TRANSAK- TIONSORIENTIERTEN PUBLIZIEREN DIE ZUKUNFT DER FACH- UND SPECIAL INTEREST-VERLAGE LIEGT</b> Dr. Simon Geisler, Ebner Verlag „Don't bring guts to a data-fight“ ist das kernige Motto des datengetriebenen Journalismus. Verlage können Risiken reduzieren und Erfolg wahrscheinlicher machen, indem sie gezielt Zielgruppen- daten nutzen. Dieser datengetriebene Journalismus wird zur Basis eines trans- aktional ausgerichteten Workflows.	<b>MIT ACCESS CONTROL MEHR PROFIT GENERIEREN</b> Matthias Meier, Fornoff und Heintzenberg Obwohl „der Computer“ weiß, was mein Kunde in letzter Zeit gekauft hat, zu welcher Berufsgruppe er gehört oder in welchem Verband er Mitglied ist, liegen diese Informationen oftmals ungenutzt brach. Matthias Meier zeigt Ihnen anhand konkreter Praxisbeispiele, wie Sie bereits vorhandene Kundendaten verwerten können, um Ihre Kunden im Web-Portal individuell anzusprechen und damit mehr Profit zu generieren.
14.30 – 15.10 UHR	<b>PROFI – VON NULL AUF 250.000! FACHMEDIEN IM SOCIAL WEB SKALIE- REN UND ABOS VERKAUFEN!</b> Dr. Tobias Fredebeul-Krein und Michael Höcker, Landwirtschaftsverlag „profi“ – der Gewinner aus 2016 in der Kategorie „Bester Social Media Einsatz“ zeigt auf, wie Facebook, Instagram, WhatsApp, Youtube, Snapchat und Co. als Fachmedium erfolgreich genutzt werden können. Wie funktioniert das Community-Management? Wie läuft die Zusammenarbeit mit relevanten Influ- encern? Wie werden Neukunden über Social Media gewonnen?		<b>KENNZAHLEN, CONTROLLING, STRATEGIE – DAS VERLAGSCOCKPIT DER ZUKUNFT</b> Ulrich Spiller, Heinold, Spiller & Partner Das Produktportfolio von Verlagen wird immer umfangreicher, die Prozesse komplexer. Damit nimmt auch die Zahl strategischer und operativer Entscheidun- gen zu, das Controlling wird aufwendiger. Die Ergebnisse der Werkstatt Verlags- cockpit zeigen auf, wie Entscheidungen im Verlag zukünftig durch die Bereitstellung der notwendigen Kennziffern in einem arbeitsplatzspezifischen Cockpit unter- stützt werden können.	<b>PROGRAMMATIC ADVERTISING</b> Hans Schneider, die media Welche Rolle und Potenziale hat Pro- grammatic Advertising im Fachmedien- bereich? Ganz spezifisch wird der B2B- Markt auf Auftraggeber- und Kundenseite betrachtet. Beleuchtet werden sowohl qualitative als auch quantitative Aspekte.	<b>AI IN MEDIEN: WIE TEXTANALYSE, PROZESS-AUTOMATISIERUNG, MACHI- NE LEARNING UND AUTOMATISCHE TEXTGENERIERUNG DIE MEDIENPRO- DUKTION VERÄNDERN.</b> Alexander Siebert, Retresco Die Digitalisierung und nachhaltige Ver- änderungen des Medienkonsums durch neue Medien bringen ungeahnte Mög- lichkeiten. Im Vortrag wird anhand von Praxisbeispielen berichtet wie Artificial Intelligence auf Basis von Daten genutzt werden kann, um inhaltliche Angebote auszubauen.

**15.15 – 16.00 UHR KEYNOTE IM PLENUM  
DER NEWSFEED BESTIMMT UNSER LEBEN. WAS NICHT INTERESSIERT, WIRD AUSGEBLENDET**  
Philipp Thurmann, buddybrand GmbH  
Im Zeitalter von Informationsüberflutung, Adblockern und Werbeblindheit ist „Relevanz“ Trumpf. Nur wenige Dinge sind relevanter als das, was meine Freunde liken, snappen, kaufen, kochen oder empfehlen. Das Erkennen von Themen und die Fähigkeit, diese innerhalb kürzester Zeit regelmäßig mit eigenen Snaps, YouTube-Videos oder Tweets zu beantworten, ist dabei die größte Herausforderung. Als Preis winkt Ihnen mindestens ein Moment ungeteilter Aufmerksamkeit. Vielleicht ist das der Beginn einer wunderbaren Beziehung auf Augenhöhe.

## IMPRESSUM

VERANSTALTER:  
Verein Deutsche Fachpresse  
10969 Berlin

DURCHFÜHRUNG:  
Deutsche Fachpresse  
Servicegesellschaft mbH  
Braubachstraße 16  
60311 Frankfurt am Main  
T: 069 1306 397

LAYOUT:  
www.ponderosa-design.de

DRUCK:  
BWH GmbH, Hannover