

DEUTSCHE

FACHPRESSE

KONGRESS DER DEUTSCHEN FACHPRESSE

TREFFPUNKT DER B2B-MEDIENMACHER

22./23. Mai 2019, Ellington Hotel, Berlin

#move

ONLINE-PROGRAMM: <http://kongress.deutsche-fachpresse.de>
HASHTAG: #fpk19 | WLAN: Guest-WLAN |
NAME: Convention | PASSWORT: fpk19

PROGRAMM

MITTWOCH, 22. MAI 2019

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

8.15 – 9.45 UHR **REGISTRIERUNG, BEGRÜSSUNGSKAFFEE & SPONSORENAUSSTELLUNG**

8.30 – 9.30 UHR **SPEED-NETWORKING KLEINE LOUNGE (EG)**

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

9.40 – 10.00 UHR **BEGRÜSSUNG**

Dr. Klaus Kramer, Sprecher Deutsche Fachpresse, Geschäftsführer Kramer Verlag

10.00 – 10.45 UHR **BEI DER DIGITALISIERUNG IST ES WIE BEI DER MUSIK**

Christian Bredlow, Gründer und Geschäftsführer Digital Mindset

10.45 – 11.25 UHR **FROM ADVERTISERS TO CUSTOMERS – B2B MEDIA TRANSFORMATION IN THE UK**

Steve Newbold, Managing Director, XEIM Centaur

11.25 – 12.05 UHR **VOM VERLAGSHAUS ZUR TECH-COMPANY – DER CHANGEPROZESS BEI „WER LIEFERT WAS“**

Peter F. Schmid, Geschäftsführender Gesellschafter, Wer liefert was? GmbH

12.05 – 12.15 UHR **BARCAMP-VORSTELLUNG UND THEMENPLANUNG**

Jan Theofel, Barcamp Moderator

12.15 – 13.15 UHR **MITTAGSPAUSE & SPONSORENAUSSTELLUNG**

13.15 – 13.20 UHR **STELLENMÄRKTE IN BEWEGUNG**

Dirk Heuser, Leiter Verlagsdienstleistungen, Jobware

13.20 – 14.00 UHR **WACHSTUM MIT B2B-KOMMUNIKATION. WARUM UND WIE SICH DIE VOGEL COMMUNICATIONS GROUP WEITERENTWICKELT**

Matthias Bauer, Vorsitzender der Geschäftsführung, Vogel Communications Group

14.00 – 14.45 UHR **TOMORROW'S LEADERS – ZWISCHEN TRADITION UND INNOVATION**

Sarna Röser, Bundesvorsitzende des Verbands DIE JUNGEN UNTERNEHMER, Mitglied der Geschäftsleitung und Prokuristin der Röser FAM GmbH & Co. KG

14.45 – 15.30 UHR **KAFFEEPAUSE & SPONSORENAUSSTELLUNG**

15.30 – 16.45 UHR **START-UP & TECH OUTLOOK**

Medien-Start-Ups und Tech-Firmen stellen ihre Produkte und Lösungen vor.

Janina Mütze, Gründerin und Geschäftsführerin, Civey; **Marc Süß**, CEO/CMO, Sigmund Talks; **Ingo Rube**, CEO, BOTlabs; **Kajetan Amansperg**, Co-Founder, Leapsome

16.45 – 18.00 UHR **PAUSE & SPONSORENAUSSTELLUNG**

17.00 – 18.30 UHR **PARALLELE VERANSTALTUNGEN**

EVENTRAUM 3 (1. OG)

17.30 – 18.30 UHR
ALUMNI-TREFFEN – YOUNG PROFESSIONALS' MEDIA ACADEMY
Für alle YPMA-Jahrgänge

KLEINE LOUNGE (EG)

17.00 – 18.00 UHR
MITGLIEDERVERSAMMLUNG
Mit gesonderter Einladung

GALERIE (EG)

17.00 – 18.00 UHR
TREFFEN DER KOMMISSIONSVORSITZENDEN
Interesse an der Kommissionsarbeit?
Ab 18.15 Uhr sind alle Interessierten aus Fachpresse-Mitgliedsunternehmen im Eventraum 3 (1. OG) herzlich willkommen.

18.00 – 18.45 UHR **APERITIF UND IMBISS**

18.45 – 20.45 UHR **VERLEIHUNG DER FACHPRESSE-AWARDS „FACHJOURNALIST DES JAHRES 2019“ UND „FACHMEDIUM DES JAHRES 2019“**

Moderation: **Volker Wieprecht**, Moderator rbb Abendschau und radioeins
Zwischenruf: Lesen oder nicht lesen, **Dr. Jörg F. Maas**, Hauptgeschäftsführer, Stiftung Lesen

AB 20.45 UHR **B2B MEDIA NIGHT IM ELLINGTON HOTEL**

AUSSTELLER:

ERDGESCHOSS

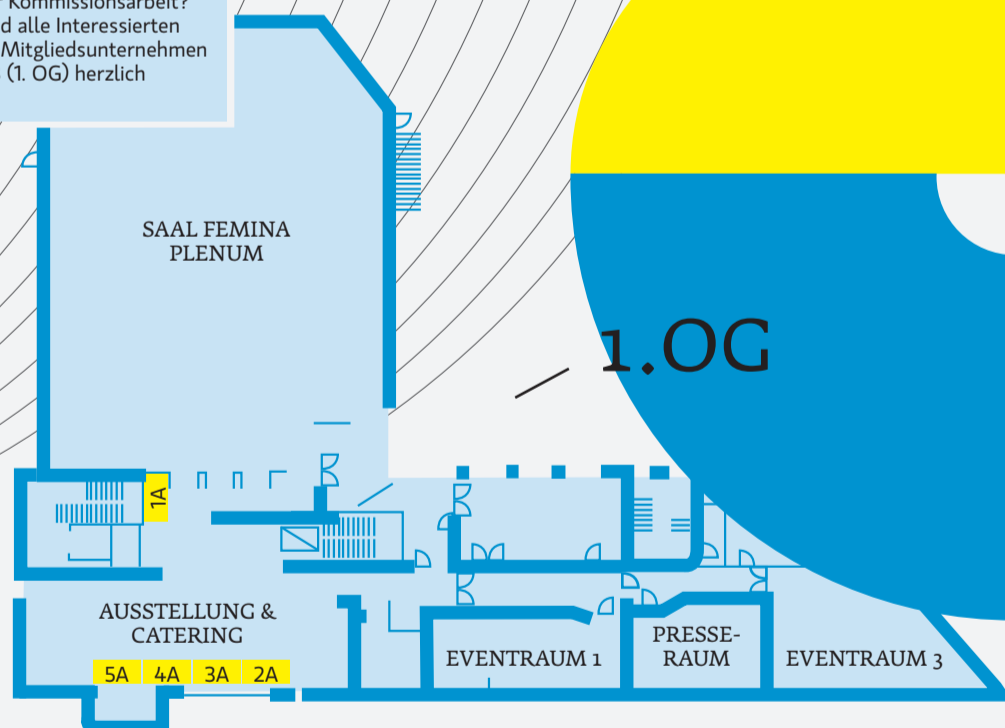
- 01 Dripplageaturen
- 02 cover
- 03 IN TIME
- 04 vertriebsunion meynen
- 05 [frevel & fey]
- 06 Jobware
- 07 doctronic
- 08 EC BERLIN CONSULTING
- 09 piano
- 10 GENIOS

1. STOCK

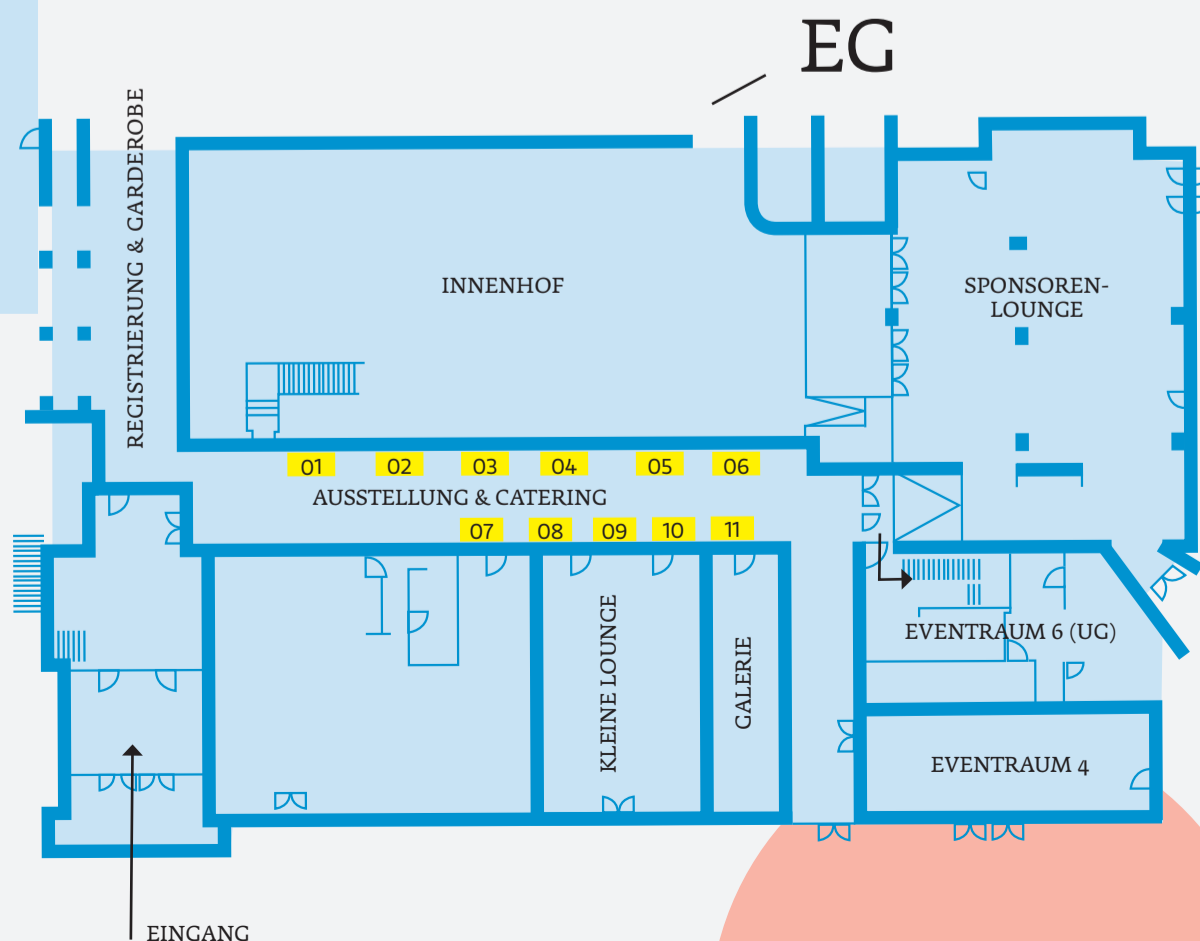
- 1A Data SERVICES
- 2A InterRed
- 3A BDS BUSINESS DATA SOLUTIONS
- 4A NTX
- 5A knk

SPONSOREN-LOUNGE

- censhare
- Kirchner Robrecht management consultants
- klopotek.
- mailalliance
- MSH MedienSystemHaus
- PUBENGINE
- schweitzer Fachinformationen
- wdp



1.OG



EG

EINGANG

PROGRAMM

DONNERSTAG, 23. MAI 2019

8.45 – 9.30 UHR

KLEINE LOUNGE (EG)

BUSINESS FRÜHSTÜCK – DER INFORMATIVE START IN DEN TAG

WIE FUNKTIONIEREN ABONNEMENTS EIGENTLICH?

Die Umwandlung von Visitors in Abonnenten ist nicht immer einfach – aber in einer modernen Medienlandschaft wird sie immer wichtiger für den Erfolg. Piano präsentiert Erkenntnisse aus eigenen Benchmark-Daten, die auf Milliarden von monatlichen Benutzerinteraktionen basieren. Besuchen Sie uns für „Wie funktionieren Abonnements eigentlich?“, um zu erfahren, wie Sie anhand von Fallstudien aus der Praxis von mehr als 1.000 Medien-Websites und führenden Content-Produzenten Benutzer zu Abonnenten machen können.
Clemens Hammacher, Sales Director, Piano

KEYNOTES IM PLENUM

9.45 – 10.30 UHR

PRESSEFREIHEIT IN EINER VERNETZTEN WELT

Prof. Dr. Christoph Fiedler, Geschäftsführer Europa und Medienpolitik, VDZ und Chairman Legal Affairs, EMMA – European Magazine Media Association

10.30 – 11.10 UHR

WIE WIR MIT TRADITIONELLER INHALTE- UND GLOBALER TECHNOLOGIEKOMPETENZ DEN RECHTSMARKT GESTALTEN

Stephanie Walter, Geschäftsführerin, Leiterin des Geschäftsbereichs Legal, Wolters Kluwer Deutschland

PARALLELE SESSIONS AB 11.30 UHR

KLEINE LOUNGE (EG) START-UP & INNOVATION

EVENTRAUM 6 (UG) CONTENT

EVENTRAUM 4 (EG) MARKETING

EVENTRAUM 1 (1. OG) JOURNALISMUS

HAUPTSAAL, EVENTRAUM 3 (1. OG), GALÉRIE (EG) BARCAMP

11.30 – 12.10 UHR

CONTENTSHIFT – DER ACCELERATOR DER CONTENT-BRANCHE
Dr. Harald Henzler, smart digits
Marc Thaddäus Süß, SIGMUND TALKS
Mit dem CONTENTShift-Accelerator fördert die Börsenvereinsgruppe den Austausch zwischen Start-ups und Verlagen und bietet Gründern ein Sprungbrett in die Content-Branche. Sigmund Talks, CONTENTShift-Start-up des Jahres 2018, erklärt, wie mit Chatbot Sigmund als persönlichem Marketing-Assistenten mittels Artificial Intelligence, automatisierte Texterstellung und -optimierung möglich ist.

ENSURING CONTENT – WIE SICHERN SIE DEN ZUGANG ZU IHREM WICHTIGSTEN ROHSTOFF?
Dr. Marco Olavarria, BERLINCONSULTING
• Warum der Zugang zum Content als wichtigstem Rohstoff nicht mehr selbstverständlich ist und welche Weichen heute gestellt werden müssen
• Welche Chancen und Risiken mit technologischen Entwicklungen einhergehen
• Welche Chancen und Risiken die moderne Marketingwelt für Fachmedien bereithält
• Wo noch Potenziale schlummern – Erfahrungen aus der Sicht des Autoren

360-GRAD-LÖSUNGEN FÜR BESSERE UMSÄTZE – OHNE CONTENT MARKETING NICHT MÖGLICH
Martin Grashoff, VNR,
Claudia Müller, Vincentz Network,
Malik Zighmi, Georg Thieme Verlag
Corporate Media beziehungsweise Content Marketing wird für Unternehmen immer wichtiger – und damit auch für Fachmedienhäuser immer attraktiver, dies in ihr Angebotsportfolio aufzunehmen. Die Referenten beleuchten die Relevanz von Content Marketing im Kontext umfassender Kommunikationslösungen und geben Tipps aus dem Yellow Paper „Corporate Media in Fachmedienhäusern: Grundlagen, Rahmenbedingungen, Chancen“ der Kommission Corporate Media.

QUALITÄTSJOURNALISMUS ZWISCHEN ANSPRUCH UND WIRKLICHKEIT
Tobias Freudenberg, Verlag C.H. Beck,
Dr. Benjamin Wessinger, Deutscher Apotheker Verlag
Fachjournalismus hat hohe Qualitätsstandards. Manchmal stehen sie in einem Spannungsverhältnis mit innovativen Geschäftsmodellen. Über die Herausforderungen der Redaktionen im Zeitalter von Digitalisierung und fundamentaler Marktveränderungen diskutieren Tobias Freudenberg und Dr. Benjamin Wessinger aus der Kommission Redaktion der Deutschen Fachpresse mit den Fachjournalisten des Jahres 2019.

BARCAMP
Moderator: Jan Theofel
Barcamp-Session #1
Die Themen, die für das Barcamp gesammelt wurden, werden in den einzelnen Barcamp-Sessions mit den Kongressbesuchern diskutiert und bearbeitet. Eine genaue Themenübersicht und den Zeitplan finden Sie vor Ort auf Tafeln, auf unserer Webseite <https://kongress.deutsche-fachpresse.de> und bei Twitter unter #fpk19.

12.15 – 13.00 UHR

NEUE GESCHÄFTSMODELLE IN FACH-VERLAGEN ENTWICKELN. HERAUSFORDERUNGEN, CHANCEN, METHODEN, ERFOLGSFAKTOREN
Ehrhardt Heinold, Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung,
Haili Recher, Spitta GmbH
Neue Geschäftsmodelle stellen Fachverlage vor große Herausforderungen. Ein neuer Blick auf Zielgruppen ist notwendig sowie eine veränderte Denk- und Arbeitsweise. Spitta hat aus einem etablierten Fachinformationsprodukt eine Buchungsplattform für medizinische Fachveranstaltungen entwickelt. Ausgangssituation, Vorgehensweise, typische Hindernisse und Erfolgsfaktoren werden in diesem Workshop besprochen.

THEMA LESEN – WIE OPTIMIEREN WIR INHALTE FÜR UNSER GEHIRN?
Dr. Niels Peter Thomas, Springer Nature
Erst seit wenigen tausend Jahren gibt es geschriebene Sprache und unser Gehirn hat sich evolutionär noch nicht optimal an die Lesefähigkeit angepasst. Was genau passiert beim Lesen im Gehirn? Springer Nature experimentiert mit Formaten und Medienformen, die einer optimalen Nutzung des Gehirns beim Lesen entgegenkommen.

KUNDENBINDUNG FÜR KLEINE VERLAGE
Matthijs Keesman, Beckmann Verlag
Kleine Fachverlage absolvieren als Zielgruppenspezialisten ständig einen Drahtseilakt, um die Ressourcen Geld und Zeit so effizient wie möglich und mit einer maximalen Wirkung einzusetzen. Wie es gelingt, mit frechen Ideen seine Lesergemeinde an sich zu binden und was dabei gut und falsch laufen kann, erzählt Matthijs Keesman, Vertriebsleiter Beckmann Verlag.

TRANSPARENT JOURNALISM TOOL – EIN SCHRITT NACH VORN ZUR STANDARDISIERTEN ANALYSE VON VERTRAUENSWÜRDIGEM JOURNALISMUS.
Luisa Cabello, TJ Tool
Unterstützt vom Google DNI Fund hat Público eine Open-Source-Software namens Transparent Journalism Tool (TJ Tool) entwickelt, die auf dem #traceability-Konzept basiert. Unter Verwendung eines NLP-Algorithmus erstellt TJ Tool eine Transparenzkarte und berechnet einen Transparenzwert, der aus acht redaktionellen Transparenz-Indikatoren besteht, und zwar genau in dem Moment, in dem der Journalist die Informationen veröffentlicht.

Barcamp-Session #2
Die Themen, die für das Barcamp gesammelt wurden, werden in den einzelnen Barcamp-Sessions mit den Kongressbesuchern diskutiert und bearbeitet. Eine genaue Themenübersicht und den Zeitplan finden Sie vor Ort auf Tafeln, auf unserer Webseite <https://kongress.deutsche-fachpresse.de> und bei Twitter unter #fpk19.

13.00 – 14.00 UHR

MITTAGSPAUSE & SPONSORENAUSSTELLUNG

KLEINE LOUNGE (EG) IT & TOOLS

EVENTRAUM 6 (UG) DIGITAL BUSINESS

EVENTRAUM 4 (EG) EMPLOYER BRANDING & HR

EVENTRAUM 1 (1. OG) MEDIA SALES

HAUPTSAAL, EVENTRAUM 3 (1. OG), GALÉRIE (EG) BARCAMP

14.00 – 14.40 UHR

DIGITALISIERUNG – NEUE FORMEN DER ZUSAMMENARBEIT
Erhard Simdorn, dfv Mediengruppe
Neue Formen der Zusammenarbeit, die durch die digitale Transformation heute möglich sind, stehen im Fokus dieses Vortrags. Darüber hinaus geht es um die Herausforderungen und Möglichkeiten, die dadurch auf die IT und die Anwender zukommen.

WORKSHOP: DATA DRIVEN MARKETING AM PRAXISBEISPIEL – MIT DATEN GARANTIERT UMSÄTZE STEIGERN
Mariusz Peter, Senior Expert Digital Marketing, wdp
Michael Lohmar, Senior Consultant Digital Strategy, wdp
In diesem interaktiven Praxisworkshop werden Sie von den Experten der auf Digitale Geschäftsmodelle spezialisieren Beratung wdp GmbH in die wesentlichen Punkte von datenbasierten Marketing eingeführt. Sie lernen an einem konkreten Praxisbeispiel aus einem Fachverlag wie Sie Direktumsätze (z.B. im Bereich Digitale Datenbanken, Abos, Seminare, etc.) entlang der Punkte Kundenansprache, Kundenwandlung und Kundenbindung steigern können. Dabei spielen Analyse, Controlling und Auswertung (Interpretation) von Daten sowie das Ableiten von Handlungsalternativen und der Einsatz entsprechender Tools und Methoden eine wichtige Rolle. Wenden Sie diese Erkenntnisse auf Ihre Belange an und erfahren Sie, wie Sie Umsätze nachhaltig wertstiftend verändern können.
Max. 25 Teilnehmer. Bitte bei der Registrierung im EG melden, wenn Sie sich einen Platz sichern möchten.

EMPLOYER BRANDING UND SPORT-SPONSORING BEI HOLZMANN MEDIEN
Jan Peter Kruse, Holzmänn Medien,
Sebastian Holzmänn, Ski-Rennläufer und Mitglied der Skinationalmannschaft
Um Führungskräfte und Mitarbeiter für morgen zu gewinnen, hat sich Holzmänn Medien konsequent als Arbeitgebermarkenpositioniert. Teil des Employer-Branding-Konzepts ist das Individual-Sponsoring von Ski-Weltcup-Rennläufer Sebastian Holzmänn. Welche konkreten Maßnahmen ergriffen wurden und warum der Nachname von Sebastian Holzmänn glücklicher Zufall ist, verrät der Workshop.

FUTURE MEDIA SALES – MEHR UMSATZ MIT WENIGER EINSATZ
Alexander Woge und **Stefan Pemsel**, knk Customer Engagement
Mehr Kanäle, mehr Formate aber gleichgroße Verkaufsteams – kann das in der Praxis gelingen? Wir zeigen Ihnen in unserem Vortrag, wie Sie mit modernster Technologie und KI-Algorithmen Verkaufsimpulse identifizieren, effizient entwickeln und – nachdem Sie gewonnen wurden – (voll-)automatisiert kaufmännisch abgewickelt werden. Erfahren Sie von uns, wie integrierte Sales-, Marketing- und Collaborations-Tools es Ihrem Verkaufs-Team ermöglichen, Prozesse zu verschlanken und den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen.

BARCAMP
Moderator: Jan Theofel
Barcamp-Session #3
Die Themen, die für das Barcamp gesammelt wurden, werden in den einzelnen Barcamp-Sessions mit den Kongressbesuchern diskutiert und bearbeitet. Eine genaue Themenübersicht und den Zeitplan finden Sie vor Ort auf Tafeln, auf unserer Webseite <https://kongress.deutsche-fachpresse.de> und bei Twitter unter #fpk19.

14.45 – 15.25 UHR

GOOGLE IST NICHT DAS PROBLEM. WIE NUTZERZENTRIERTE PRODUKTENTWICKLUNG KUNDEN DORT ERREICHT, WO SIE WIRKLICH SIND.
Konrad Gulla, Keeeb Deutschland
Wenn Kunden im entscheidenden Moment nicht auf Ihrer Webseite, sondern bei Google nach Antworten suchen, ist das ein enormes Problem. Wie man dieses Problem durch eine smarte Lösung in einen Vorteil für Fachmedienanbieter und Kunden umwandelt, zeigt Konrad Gulla in seinem Workshop am Beispiel eines der bekanntesten Forschungs- und Beratungsunternehmen der Welt.

PROFESSIONELLE PERSONALAUSWAHL IN FACHMEDIENHÄUSERN: BAUCHGEFÜHL ALLEINE REICHT NICHT
Claudia Michalski, OMC OpenMind
Management Consulting
Angesichts des Fachkräftemangels werden Einstellungsgespräche eher nachlässig geführt, ganz nach dem Motto: Wir können uns die Bewerber ohnehin nicht aussuchen. Wie kann man die Bewerbungsgespräche aufschlussreicher, die Auswahl objektiver machen und dabei auch noch etwas fürs Employer Branding tun?

VOM SALES MANAGER ZUM CONSULTANT – DER AUFWAND LOHNT SICH
Oliver Fock, Thieme Gruppe
Sind Ihre Werbeträger schon ein wichtiger Baustein in der Kommunikationsstrecke Ihres Kunden? Dann entwerfen Sie doch gleich die gesamte Kampagne für ihn. Es funktioniert! – Drei Erfolgstorries.

Barcamp-Session #4
Die Themen, die für das Barcamp gesammelt wurden, werden in den einzelnen Barcamp-Sessions mit den Kongressbesuchern diskutiert und bearbeitet. Eine genaue Themenübersicht und den Zeitplan finden Sie vor Ort auf Tafeln, auf unserer Webseite <https://kongress.deutsche-fachpresse.de> und bei Twitter unter #fpk19.

15.30 – 16.15 UHR

ROUND TABLE I: MARKETING AUTOMATION
Malte Hempel, Vincentz Network und **Steffen Meier**, digital publishing report
Was genau ist eigentlich Marketing Automation? Wo liegen die Vorteile und mit welchen Tools sind erste Schritte möglich? Ist Marketing Automation nur für große Fachmedienhäuser machbar?

WEG VOM PAPIER HIN ZU DIGITAL: ERFahrungswerte, wie Fachverlage den Umstieg von der PRINT- AUF DIE DIGITALVORSCHAU ORGANISIEREN
Sandra Schüssel, MVB
Buchmarketing reloaded: Die digitale Vorschau spart nicht nur Papier und Versand, sondern versorgt Zielgruppen mit maßgeschneiderten, stets aktuellen Front- und Backlistkatalogen. Für Fachverlage bedeutet die Umstellung ein Überdenken interner Prozesse. Die Session gibt Einblick in neue Arbeitsabläufe, zeigt anhand von Best Practices Potenziale für Effizienzgewinne sowie Chancen für die Neukundengewinnung.

KUNUNU & CO. – FLUCH ODER SEGEN?
Dr. Gunther Schunk, Vogel Communications Group
Employer Branding ist im Wettbewerb um das passende Personal in aller Munde. Bewertungsplattformen spielen für Bewerber im Auswahlprozess eine wichtige Rolle. In dieser Session wird die externe Kommunikation auf Bewertungsportalen thematisiert. Die Kommission gibt Tipps, wie man diese erfolgreich nutzen kann und auf schwierige Einträge richtig reagiert.

ERFOLGREICHES CRM – NICHT NUR EINE FRAGE DER SOFTWARE!
Kirstin Sommer, ITM InnoTech Medien
Man bekommt nur das raus, was man reingegeben hat: CRM und die 360-Grad-Sicht können nur gelingen, wenn alle Fachbereiche Daten einpflegen und auch Zugriff haben. Vorgestellt wird, wie die Einführung eines CRM erfolgreich umgesetzt wurde und wie Mitarbeiter in diesen Prozess einbezogen werden müssen.

Barcamp-Session #5
Die Themen, die für das Barcamp gesammelt wurden, werden in den einzelnen Barcamp-Sessions mit den Kongressbesuchern diskutiert und bearbeitet. Eine genaue Themenübersicht und den Zeitplan finden Sie vor Ort auf Tafeln, auf unserer Webseite <https://kongress.deutsche-fachpresse.de> und bei Twitter unter #fpk19.

ROUND TABLE II: SEO IN DER ORGANISATION
Wolfgang Saam, RM Rudolf Müller und **Axel Burkert**, Alfons W. Gentner Verlag
Welche Ziele werden mit SEO verfolgt? Wie erzeugt man ein SEO-Bewusstsein im Verlag und welche Maßnahmen sind konkret empfehlenswert? Welche Risiken bestehen?

IM RAUM „GALERIE“ IM EG
ROUND TABLE III: MITARBEITER ALS INFLUENCER?
Barbara Engelen, Deutscher Landwirtschaftsverlag und **Christoph Böckler**, NWB Verlag
Sogenannte „Micro-Influencer“ spielen eine zunehmend wichtige Rolle im Marketing und im Rahmen der Corporate-Identity-Bildung. Dazu können auch die Mitarbeiter des eigenen Verlages zählen. Wie gelingt es aber, dass sie sich in den sozialen Netzwerken mit ihrem Arbeitgeber identifizieren und diesen zwanglos in der Öffentlichkeit repräsentieren?

IMPRESSUM

VERANSTALTER:
Verein Deutsche Fachpresse
Markgrafenstraße 15
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