

BUSINESS TO BUSINESS



"Die größte Herausforderung für viele Verlage liegt in dem sich wandelnden Printgeschäft", so Dr. Alfons Schröder, Geschäftsführer von Heise Medien.

© Mathias Rosenthal - Fotolia

Fachmedien

B2B-Verlage im Wandel

In Deutschland stehen die Fachmedien vor großen Herausforderungen. Nicht jedes Unternehmen schafft den Sprung in den digitalen Markt. Doch was sind die genauen Erfordernisse und wie muss ein Unternehmen aufgestellt sein, um die neuen Gegebenheiten meistern zu können?

Mit **Dr. Gunther Schunk** von **Vogel Business Media** und **Dr. Alfons Schröder** von **Heise Medien** haben wir über den Umbruch in die neue Zeit der Fachmedien gesprochen.

Dr. Gunther Schunk, Leiter der Corporate Communications-Abteilung und Mitglied der Geschäftsleitung von Vogel Business Media:

"In Zeiten tiefgreifenden Wandels, katalysiert durch Digitalisierung und Transformation, spüren Fachmedien einen starken Veränderungsdruck. Die Kunden erwarten schon heute weit mehr als nur reine Fachinformationen.

Auch Branchendaten, eLearning, Live-Plattformen, Lead-Generierung, Workflow-Lösungen und Market Intelligence stehen zunehmend auf dem Fachmedien-Wunschzettel der Akteure in den Märkten. Immer wichtiger werden integrierte Angebote, die Print, Digital, Mobile, Social und Face-to-Face verzahnen. Dadurch



Foto: Vogel Business Media

erwachsen uns Fachmedienhäusern ganz neue Funktionen: Wir sind Vernetzer, Community-Organizer und Lösungsanbieter. Das alles lässt sich nur bewerkstelligen, wenn wir unsere Unternehmenskultur weiterentwickeln. Agil, neugierig, kreativ, flexibel, mutig, kommunikativ sind die Attribute der Zukunft. All das werden auch die Themen auf dem Kongress der Deutschen Fachpresse in Berlin sein." Des Weiteren erklärt Schunk: "In diesem Jahr begeht Vogel Business Media sein 125-jähriges Firmenjubiläum. Ein guter Anlass, mal Revue passieren zu

"Jetzt in der neuen Gründerzeit, die durch die Digitalisierung getriggert wird, wollen wir dem Wandel mutig entgegensehen."

lassen, was in dieser Zeit geschah. Und die Antwort ist eigentlich einfach: Was Carl Gustav Vogel 1891 in der ersten Gründerzeit am Beginn der Industrialisierung mit seinem Start-up 'Vogel Verlag' begann, musste sich immer wieder neu erfinden und mutig neue Themen angehen. Genau diese DNA wollen wir pflegen und auch jetzt in der neuen Gründerzeit, die durch die Digitalisierung getriggert wird, diesem Wandel mutig entgegensehen. Dafür haben wir unser Portfolio ausgebaut und unsere Unternehmenskultur intensiv weiterentwickelt. Neben dem

herkömmlichen Print, das wir weiter pflegen, arbeiten wir ständig weiter an neuen digitalen Geschäftsmodellen, haben zudem in den vergangenen zehn Jahren ein eigenes Kongresszentrum aufgebaut und in unserem Vogel Berlin Hub zahlreiche Kompetenzen von Corporate Media über PR-Kommunikation bis zu Vogel Ventures und Startup-Beteiligungen viel neue Kompetenzen integriert."

Dr. Alfons Schröder, Geschäftsführer Heise Medien:



Foto: Heise Media

"Die größte Herausforderung für viele Verlage liegt, aus unserer Sicht, in dem sich wandelnden Printgeschäft. Die Auflagen traditioneller Titel stehen oft unter Druck, vor allem die Kioskaufgaben. Auch das Anzeigen-geschäft ist bei vielen Titeln ebenfalls rückläufig. Dadurch stehen in vielen Verlagen Um-

satz und Ertrag stark unter Druck und es braucht neue Umsatz- und Erlösquellen, die die Rückgänge kompensieren und für weiteres Wachstum sorgen", so Dr. Alfons Schröder, Geschäftsführer Heise Medien. "Unser Haus hat diese Veränderungen schon sehr früh erkannt und darauf sehr vielfältig reagiert: Neben den Traditionsmarken 'c't', 'iX', 'Technology Review' sind in den letzten zehn Jahren drei neue als Spin-Offs der c't hinzugekommen. Daneben hat Heise über das Tochterunternehmen eMedia mit RetroGamer, Space und Wissen 2015 drei weitere erfolgreiche Printmarken etabliert. Heute zählt Heise Medien mehr zahlende Abonnenten zu seinen Kunden als vor zehn Jahren. In das Digitalgeschäft ist Heise sehr früh eingestiegen und hat mit dem IT-/Technologieportal heise online eine hochprofitable Instanz aufgebaut.

heise online feiert in diesem Jahr sein 20-jähriges Jubiläum und zählt mit 33,9 Millionen Visits und 161 Millionen PIs (IVW 2/2016) zu den reichweitenstärksten Online-Portalen im Bereich IT und Technologie. Daneben hat sich Heise Medien mehrheitlich an dem Preisvergleichser www.geizhals.at und www.geizhals.de beteiligt, um die Monetarisierung seines Digitalgeschäftes erheblich voranzutreiben und weiter auszubauen. Durch die weiteren Beteiligungen an der TechConsult GmbH und der Just4Business GmbH sowie den Aufbau der Heise Business Services hat Heise Medien die Bereiche Marktforschung, Lead Generierung und Content Marketing in das Gesamtportfolio integriert. Ein weiteres neues Geschäftsfeld ist heise Events, das ebenfalls stark ausgebaut wird. Besonders spannend für das Haus Heise ist derzeit ein ganz neuer Geschäftsbereich rund um die Maker-

"Besonders spannend für das Haus Heise ist derzeit ein ganz neuer Geschäftsbereich: Die Maker-Bewegung"

Bewegung. Dazu wurde eigens die Maker Media GmbH als hundertprozentige Tochter gegründet, die die stark wachsende weltweite Maker-Bewegung unterstützt. Es handelt sich dabei um eine Do-It-Yourself-Bewegung mit Schwerpunkten wie beispielsweise 3D-Druck, Quadroptiker oder Robotik, aus der eine Vielzahl an kreativen und hochinnovativen Projekten entsteht. Um die Bewegung zu unterstützen und den Makern eine Plattform zu geben, hat Heise Medien das Magazin 'Make' entwickelt sowie die Maker Faire-Veranstaltungen in Hannover und Berlin mit 5-stelligen und stark wachsenden Besucherzahlen. Daneben werden in 2016 mindestens sieben weitere Maker Faire Veranstaltungen von Lizenzpartnern unseres Hauses im deutschsprachigen Raum durchgeführt. Insbesondere durch das Maker-Umfeld sowie auch durch die vielen kreativen Köpfe im Medienhaus Heise ist es sowohl dem dortigen Management als auch den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern nicht bang um die Zukunft des Mediengeschäftes", erklärt Schröder. (jb)



Am 10. und 11. Mai 2016 findet der diesjährige Kongress der Deutschen Fachpresse in Berlin statt. Die Tagung läuft unter dem Motto 'Fachmedien 4.0 – kommunizieren, informieren, vernetzen'. Höhepunkt der Veranstaltung ist die Verleihung der Awards Fachmedium sowie Fachjournalist des Jahres.