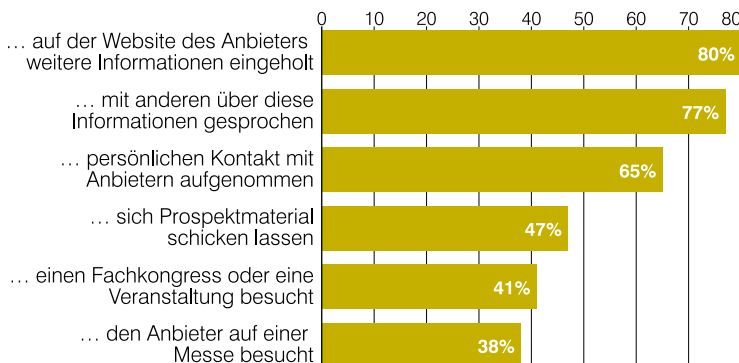


## Netzwerkcharakter

### Querverweise

In den letzten zwölf Monaten aufgrund von Informationen über Produkte und Anbieter in Fachmedien ...



n=500 telefonische Interviews; Quelle: IFES – Institut für empirische Sozialforschung, 2018

einer nachhaltigen Entwicklung der Printbranche interessiert. Wir müssen verkaufen, wir wollen verkaufen und wir sind uns unserer hohen Verantwortung bewusst“, so Bingmann.

Über die Transformation und Neuorganisation von Zeitschriften in Zeiten der Digitalisierung referierte Joachim Blum.

Sein Rat an Medienmanager: „Schotten Sie sich nicht ab. Lassen Sie auch auf der Managementebene junge Wilde

”

*Schotten Sie sich nicht ab. Lassen Sie auch auf der Managementebene junge Wilde mitreden.*

**Joachim Blum**  
Medienberater

mitreden.“ Redaktionelle und kommerzielle Prozesse bei der Produktentwicklung sollten zunehmend integriert ablaufen.

Agilität in der Entwicklung, Flexibilität in den Strukturen, der Fokus auf Human Resources und eine konstante Modernisierung der digitalen Infrastruktur seien laut Blum die wesentlichsten Erfolgsfaktoren für Printmarken.

### Pitch-Session für Start-ups

In der abschließenden Pitch Session für Start-ups stellten Florian Wassel und Jens Gützkow ihre innovativen Geschäftsmodelle vor und erörterten aktuelle Entwicklungen im digitalen Medienbereich. In Wassels Digitalagentur Towa ist man davon überzeugt, dass Disruption entsteht, „weil nichts perfekt ist und alles besser werden kann. Der Feind heißt Stillstand.“

49%

### Ratgeber

Gut die Hälfte der Entscheider setzen bei bedeutenden Investitionsentscheidungen auf Informationen aus digitalen und gedruckten Fachmedien.

## Die Studie

### Methodik & Sample

**Grundgesamtheit** 350.000 Entscheidungsträger aus dem Bereich der Privat- und Gemeinwirtschaft

**Stichprobe** 500 – Rekrutierung analog zur LAE-Methode

**Telefonische Interviews**

**Feldphase** Frühjahr 2018

**Durchgeführt von** IFES – Institut für empirische Sozialforschung

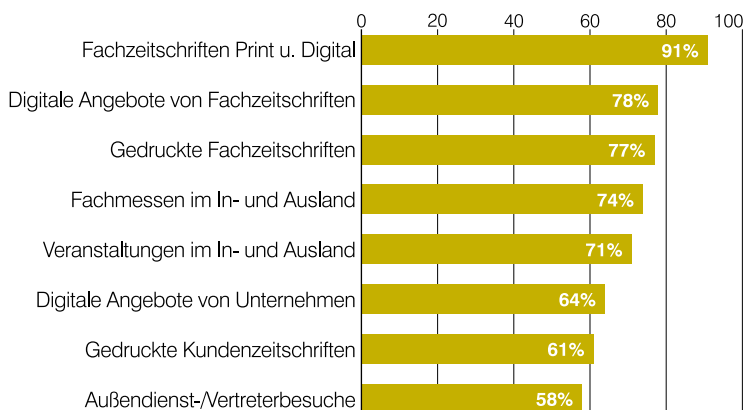
Unternehmen müssen in einer digitalisierten Welt flexibel sein: „Nur wer bereit ist, sich zu verändern, kann auch morgen erfolgreich sein.“

Online zählen laut Wassel vor allem Geschwindigkeit und der Zugang zur Zielgruppe – genau bei diesen Kernfaktoren unterstützt Towa seine Kunden. Egal ob E-Only, Printmagazine oder Kundenunterlagen – die Digital-Publishing-Plattform PressMatrix macht laut CEO Gützkow aus Publikationen ein digitales und multimediales Leseerlebnis: „Auch Fachmedien können mit unserer Publishing-Lösung neue Vertriebskanäle erschließen, ihre Reichweite erhöhen und neue Kunden gewinnen.“

## Fachmedien als Infoquelle

### Fachmedien punkten beim Image

Zeigen Neuheiten, Trends und Marktentwicklung auf



n=500 Telefoninterviews, Frühjahr 2018; Quelle: IFES – Institut für empirische Sozialforschung

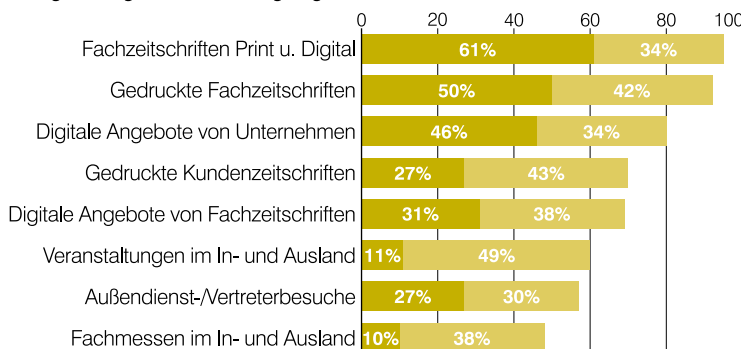
## Führungskräfte lesen Fachmedien

### Print: Genau so wichtig wie Digital

Welche der folgenden Informationsquellen haben Entscheider in den letzten zwölf Monaten aus beruflichen Gründen genutzt?

● regelmäßig

● mind. gelegentlich



n=500 Telefoninterviews, Frühjahr 2018; Quelle: IFES – Institut für empirische Sozialforschung