

**INHALT:**

- |   |          |
|---|----------|
| 1. Jörg Künkel: „Deutsche Verleger trauen sich zu wenig“            | Seite 1  |
| 2. Die Zukunftsmedien sind Orientierungsmedien                      | Seite 7  |
| 3. Emotionalisierung als Chance für Fachverleger                    | Seite 8  |
| 4. Medienbranche im Umbruch: Wem das iPad wirklich nutzt            | Seite 10 |
| 5. Sind Unternehmensberatungen Freund oder Feind der Medienbranche? | Seite 12 |
| 6. Vereinheitlichung des Mehrwertsteuersatzes auf 16 Prozent?       | Seite 17 |
| 7. Freemails: Wo bekommt man am wenigsten Spam?                     | Seite 19 |
| 8. Reisen auf Kosten des Finanzamts                                 | Seite 20 |
| 9. Genaue Regeln für Dienstreisen lohnen sich                       | Seite 21 |
| 10. Firmen brauchen Regeln für Facebook, Twitter & Co.              | Seite 24 |
| 11. Was es sonst noch gibt – Links auf lesenswerte Beiträge         | Seite 25 |

**1. Jörg Künkel: „Deutsche Verleger trauen sich zu wenig“**

*Zeitschriftenentwickler Jörg Künkel äußerte sich im Interview mit [www.fachmedien.net](http://www.fachmedien.net) über Sinn und Erfolg von Relaunches, die Daseinsberechtigung von Printmedien und die überschätzte Bedeutung von Inhalten sowie darüber, wie Fachverlage von neuen Geräten wie dem iPad profitieren können und was den erfolgreichen Fachverlag der Zukunft auszeichnet. Das Interview führte Roland Karle. Wir geben das Interview nachfolgend mit freundlicher Genehmigung von Jörg Künkel wieder:*

**In zunehmender Regelmäßigkeit unterziehen Verlage ihre Fachzeitschriften einem Relaunch. Ist die Mehrzahl der Blätter dadurch besser geworden, Herr Künkel?**

Prinzipiell ja. Die Frage ist nur: Genügt das? Viele, ja sogar die meisten Relaunches bleiben deutlich hinter den Möglichkeiten zurück. Ein echter Relaunch bringt einen Titel nicht nur optisch nach vorne, er macht ihn wirtschaftlich erfolgreich. Das aber passiert nur, wenn sich der Wert des Produkts aus Sicht der Kunden, seien es Leser oder Anzeigenkunden, auch erkennbar