



### INHALT:

- |   |         |
|---|---------|
| 1. Gute Vorsätze für 2011 – Ein paar Denkanstöße  | Seite 1 |
| 2. Zeitschriften bleiben der Kern von Medienmarken – Rückblick auf das 2. Zukunftsforum Zeitschriften | Seite 3 |
| 3. Interaktiv-Trends 2011 für Verlage   | Seite 3 |
| 4. Social Media für Fachmedien – „B2B Regio-Talk“ in Stuttgart  | Seite 4 |
| 5. Bitte vormerken: Nächste SZV-Jahrestagung am 20. Oktober   | Seite 5 |

## 1. Gute Vorsätze für 2011 – Ein paar Denkanstöße



Mit dem Rauchen aufhören, steht auf der Liste der guten Vorsätze zum neuen Jahr meist weit oben

Mit dem Rauchen aufhören und mit Trennkost anfangen, mehr Sport treiben und weniger Stress im Büro: Am Beginn eines neues Jahres stehen viele gute Absichten. Das gilt auch für Fachverleger und Medienmacher. Lassen Sie das alte Jahr Revue passieren und starten Sie mit überlegten Vorsätzen ins Jahr 2011. Roland Karle, der als Fachautor unter anderem auch für *impresso* schreibt, gab in *fachmedien.net*, dem von der Vertriebsunion Mediaservice betriebenen Informationsportal für die Fachmedienbranche, dazu ein paar [Denkanstöße](#) für Fachverleger.

**Unruhig bleiben:** „Print is back“, rief Verleger Hubert Burda im November bei den VDZ-Zeitschriftentagen vom Podium. Die Krise sei überwunden, die Geschäfte laufen. „Das Vertriebsgeschäft ist stabil, und die Anzeigenumsätze wachsen wieder“, fasste er die gegenwärtige Lage zusammen. Das beruhigt die Pessimisten, die noch vor ein, zwei Jahren die Verlagsbranche auf Titanic-Jungfernfahrt wähten. Doch die frohe Botschaft des VDZ-Präsidenten Burda darf nicht missverstanden werden: Die Zyklen wirtschaftlicher Verwehungen und technologischer Sprünge werden immer kürzer. Darauf müssen sich auch die Fachmedien einstellen. „Business as usual“ war früher – kreative Unruhe stiften,