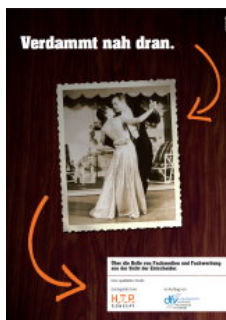




INHALT:

- | | |
|--|----------|
| 1. Neue Studie: Rolle von Fachmedien und Fachwerbung aus Sicht der Entscheider | Seite 1 |
| 2. Die drei großen Crossmedia-Defizite der Verlage | Seite 2 |
| 3. „Mitmachen bei Mobile Content – Verständlich erklärt“ | Seite 3 |
| 4. Aktuelle Fachpresse-Statistik: Das Schlimmste überstanden? | Seite 4 |
| 5. Impressum einer Homepage muss immer aktuell sein | Seite 6 |
| 6. Streit um Versetzung vermeiden – Inhalt des Arbeitsvertrags entscheidet | Seite 7 |
| 7. Bezugnahmeklauseln: Es droht die ewige Tarifbindung | Seite 9 |
| 8. Private Web-Nutzung rechtfertigt keine Kündigung | Seite 11 |
| 9. SZV gründet Verleger-Erfa-Kreis zum Thema „Digitalisierung“ | Seite 13 |
| 10. Leserbrief zu Unternehmensberatungen – Freund oder Feind? | Seite 13 |
| 11. Was es sonst noch gibt – Links auf lesenswerte Beiträge | Seite 14 |



Eine neue Studie des Deutschen Fachverlags bescheinigt Fachmedien positive Werte

1. Neue Studie: Rolle von Fachmedien und Fachwerbung aus Sicht der Entscheider

Von der Pflichtlektüre zum Lesegenuss: Immer mehr Zeitschriftenredaktionen erkennen, dass gedruckte Zeitschriften als reines Informationsmedium keine Zukunft mehr haben und arbeiten an weiterführenden Konzepten. Vor allem eine gekonnte Emotionalisierung kann dazu beitragen, dass Zeitschriften ein begehrtes Objekt bleiben, hieß es in einem Beitrag in unserem letzten Newsletter. Eine aktuelle Untersuchung aus dem Deutschen Fachverlag (dfv) bestätigt diese These. Die von dem Münchener Institut H,T, P Concept Gesellschaft für Marketingforschung durchgeführte qualitative Studie stellte nicht nur den Medienmarken des Deutschen Fachverlags gute Zeugnisse aus und bescheinigte ihnen Kompetenz, Glaubwürdigkeit und