



PRESSEMITTEILUNG  
München, Januar 2017

## **Die Akademie der Deutschen Medien veranstaltet am 16. März 2017 das Branchenforum Loseblattwerke: Der Loseblatt-Verlag im Transformationsprozess**

Fach-Verlagen kann es auch heute gelingen, trotz sinkender Abo-Verkäufe, steigender Stornoquoten und rückläufiger Kundenzahlen neue Erfolge mit ihrem Loseblatt-Content zu erzielen. So hat der Spitta-Verlag seine Umsätze durch kunden- und marktorientierte Produktentwicklung gesteigert. Und der Dr. Josef Raabe Verlag innovative Software-Lösungen aus Print-Loseblattwerken entwickelt. Doch ob Verlage das klassische LBW durch Innovationskraft optimieren oder es in kundennahe Digitalangebote überführen, eines ist klar: Der besondere Mehrwert der Fachinformations-Angebote muss für Leser und Kunden klar auf der Hand liegen. Die Voraussetzung hierfür ist, dass die Print- und Digitalangebote an Sichtbarkeit und Reichweite gewinnen – also auch die Vermarktung, von Line Extensions bis zur Content Syndication, neue Standards setzt.

In Strategie-Keynotes, Fallbeispielen und How-to-Vorträgen geben auf dem Branchenforum Loseblattwerke Top-Experten und Geschäftsführer aus Verlagen Antworten auf folgende Fragen: Wie lassen sich Print-Loseblattwerke kundennah optimieren? Welche Produktlösung entspricht dem Bedarf und Nutzungsverhalten neuer und traditioneller Zielgruppen? Welche Vermarktungs- und Vertriebsansätze sind tatsächlich erfolgreich? Und welche Transformationsprozesse müssen Loseblatt-Verlage durchlaufen, um erfolgreiche Produkt- und Marketingkonzepte zu entwickeln?

Der Fokus des Branchenforums liegt auf dem unmittelbaren Erfahrungsaustausch zwischen Referenten und Teilnehmern. In vertiefenden Praxiseinheiten, Roundtable-Sessions und Networking-Pausen haben die Teilnehmer die Möglichkeit, ihre persönlichen Fragestellungen zu diskutieren und praxisbewährte Tipps und Hinweise zu erhalten.

**Referenten sind u. a.** Hermann Damböck (Geschäftsführer, Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm), Dr. Sebastian Hild (Geschäftsführer, Dr. Josef Raabe Verlag), Fabian Kern (Geschäftsführer, digital publishing competence), Halil Recber (Geschäftsführer, Spitta Verlag), Maria Scholz (Leiterin Marketing, Vertrieb und Logistik, Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker).

**Das Branchenforum richtet sich an** Geschäftsführer sowie Fach- und Führungskräfte aus Medienhäusern und Verlagen, die sich mit Loseblatt- und Fachmedien-Content befassen.

### **Weitere Informationen und Anmeldung**

<http://www.medien-akademie.de/konferenzen/loseblatt.php>

### **Ansprechpartnerin**

Leonie Rouenhoff

Konferenz-Managerin

Akademie der Deutschen Medien

Salvatorplatz 1, 80333 München

Tel. 089 / 29 19 53-55

[leonie.rouenhoff@medien-akademie.de](mailto:leonie.rouenhoff@medien-akademie.de)

### Über die Akademie

Die Akademie der Deutschen Medien zählt mit rund 3.700 Teilnehmern pro Jahr seit 1993 zu den führenden Medienakademien in Deutschland. Mit ihrem Seminar- und Konferenzprogramm hat sie sich als zentraler Ansprechpartner für qualifizierte Weiterbildung rund um Medienmanagement und die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Print- und digitalen Medien etabliert. Als gemeinnützige GmbH ist die Akademie nicht primär von kommerziellen Faktoren getrieben, sondern dient dem gemeinnützigen Zweck der Weiterbildung.