

◆
◆
◆
◆
◆
◆
Deutscher Fachverlag (dfv)

Ausbau mobiler Angebote im Fokus

Frankfurt, 01. Dezember 2011. Der Deutsche Fachverlag (dfv) setzt auch künftig auf den Ausbau seines digitalen Angebots, insbesondere im mobilen Segment.

„Wir verkaufen Inhalte, kein Papier. Mit seinen Investitionen in moderne Informationstechnologien ist der Deutsche Fachverlag bestens gerüstet, seinen Lesern die Inhalte, die sie schätzen, da anzubieten, wo sie sie brauchen: zu Hause oder im Büro, im Auto oder im Flugzeug, im Inland oder im Ausland, auf bedrucktem Papier oder auf dem PC, dem Smartphone und dem Tablet“, sagt Angela Wisken, designierte dfv-Geschäftsführerin und Chefredakteurin der Lebensmittel Zeitung. „Aber bei aller Faszination der neuen Möglichkeiten: Wir sind auch davon überzeugt, dass Print noch lange leben wird und Events immer wichtiger werden. Entsprechend bauen wir unsere starken Medienmarken weiter aus“, fügt Wisken hinzu.

Das Angebot mobiler dfv-Medien umfasst aktuell zehn Apps für Apple-Geräte, sechs für das iPhone und vier für das iPad. Dabei kommen je nach Branche und Zielgruppe unterschiedliche Editorial Designs zum Einsatz.

„Bei allen Angeboten achten wir sehr genau auf die Entwicklung erfolgversprechender Geschäftsmodelle, sowohl bezogen auf die Vermarktung von Werbeplätzen als auch auf den Vertrieb“, so Wisken. In der Regel ist die Nutzung der mobilen Applikationen im Print-Abonnement eingeschlossen. Darüber hinaus vertreiben einige Titel gesonderte Online-Abonnements. Zum Teil sind auch kostenpflichtige Downloads einzelner Ausgaben möglich.

Die iPad App von HORIZONT, die im September 2011 gelauncht wurde, verbindet konsequent zwei mediale Welten: die Top-Stories aus HORIZONT Print und das Beste aus HORIZONT.NET auf einem Medium. Einen deutlichen Mehrwert bieten die zahlreichen Multimedia-Elemente, mit denen die Artikel aus den HORIZONT-Rubriken „Hintergrund“, „Praxis“, „Kreation“ und „Spießer Alfons“ für das iPad angereichert werden.

Bereits seit April 2011 ist die Sportswear International als iPad Edition verfügbar. Damit war das Magazin für Denim und Fashion Trends Vorreiter innerhalb der dfv-Verlagsgruppe. Die App orientiert sich an der aktuellen Printausgabe der

Sportswear International, bietet aber darüber hinaus zusätzlichen, speziell für das iPad aufbereiteten Content, zum Beispiel Bildmaterial, Interviews und integrierte Videos.

Im Oktober 2011 stellte die Immobilien Zeitung ihre erste App für iPhone und iPad vor, die von der Acolada GmbH erstellt wurde und gemeinsam vermarktet wird: das „Wörterbuch Immobilienwirtschaft englisch-deutsch / deutsch-englisch“.

Ebenfalls für beide Apple-Geräte konzipiert ist die neue App „Target around“ der dfv-Tochter „The Business Target Group“ (Scheeßel bei Hamburg), die seit November 2011 Lieferanten der Hotellerie und Gastronomie angeboten wird. Von jedem beliebigen Standort in Deutschland aus lassen sich zur Steuerung von Außendienstaktivitäten im Umkreis des Anwenders potenzielle Kunden aus dem Außer-Haus-Markt – Hotels, Restaurants, Kantinen etc. – mit vielen Detaildaten aufrufen.

Zwei weitere iPad-Angebote renommierter dfv-Marken sind in Vorbereitung: In Kürze wird die Lebensmittel Zeitung ihr neues Angebot vorstellen. Auch die Entscheider der Textil- und Modebranche dürfen sich auf eine weitere App freuen: Anfang 2012 wird die TextilWirtschaft mit ihrer iPad Ausgabe starten.

Speziell für das iPhone hat der dfv neben den Applikationen der Immobilien Zeitung und „The Business Target Group“ entsprechende Anwendungen der Lebensmittel Zeitung, der TextilWirtschaft, der AHGZ – Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung und HORIZONT im Portfolio. Vor allem Branchen-News sind so jederzeit auch unterwegs verfügbar.

Kontakt:

Brita Westerholz, Leitung dfv-Unternehmenskommunikation
Telefon: 069 7595-2061
E-Mail: brita.westerholz@dfv.de
www.dfv.de

*Die **Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag (dfv)** mit Sitz in Frankfurt am Main gehört zu den größten konzernunabhängigen Fachmedienunternehmen in Deutschland und Europa. Mit seinen Tochtergesellschaften publiziert der dfv rund 90 Zeitschriften, viele davon unangefochtene Marktführer in den jeweiligen Branchen. Das Portfolio des dfv wird von über 90 digitalen Angeboten sowie zahlreichen B2B-Communities und einer großen Zahl von Fachbuchtiteln ergänzt. Seminare, Kongresse, Messen sowie Symposien runden das Verlagsprogramm ab. Der dfv beschäftigt 890 Mitarbeiter im In- und Ausland und wird 2011 nach vorläufigen Angaben einen Umsatz von 133,3 Millionen Euro erzielen.*