

Berlin, 29. Mai 2019

Neu denken und gestalten: das Publishers' Forum nimmt eine Auszeit

Am 9. und 10. Mai 2019 fand das 16. Publishers' Forum in Berlin statt. Klopotek stellte 2004 das erste Mal ein Podium für den Ideenaustausch für die Verlagsbranche bereit, wobei in der Anfangsphase der jährlichen Konferenz das Thema Herstellung und „from editorial to market“ im Vordergrund stand.

Von Beginn an war unser Anspruch, eine Vielzahl von unterschiedlichen – und einander häufig widersprechenden – Stimmen und Perspektiven aus vielen Ländern und Bereichen zu den zwei konzentrierten Debatten-Tagen nach Berlin zu bringen:

- Referent*innen von beinahe überall in Europa, Amerika, aber auch aus arabischen Regionen und Asien waren auf der Bühne.
- Wir haben Technologie-Anforderungen, Forschungsergebnisse, neue unternehmerische Wege und Gedanken, die Arbeit von Non-Profit-Organisationen für bessere Lebensbedingungen, innovative Ansätze von Start-ups und Querdenker*innen, die wachsende Marktmacht von Playern wie Google, Adobe und Amazon (indem wir sie eingeladen haben) und viele weitere Schwerpunkte ins Programm genommen.

Wir sind davon überzeugt, dass diese breite strategische Diskussion wichtig ist, und diese Einschätzung wurde lange Zeit durch die jedes Jahr wachsende Anzahl von Teilnehmer*innen an der Konferenz unterstützt. Klopotek ist froh und dankbar, dass es als Dienstleister diesen Beitrag zur Zukunft unserer Branche leisten konnte. Als Partner der Verlage sind uns die tiefgreifenden Veränderungen, die unseren Markt neu gestalten, ein zentrales Anliegen. Wir haben uns angesprochen und auch verpflichtet gefühlt, diesem einschneidenden Wandel einen Raum zu geben. Aber natürlich beschränkt sich die Umgestaltung nicht nur auf einzelne, wenige Bereiche, sondern betrifft auch uns.

In den vergangenen 2-3 Jahren war das Forum von sinkenden Teilnehmer*innen-Zahlen betroffen, und wir sind zu dem Schluss gelangt, dass viele in der deutschen Verlagsbranche keine Relevanz mehr in der Strategie-Diskussion, wie wir sie führen, für ihre Geschäftsprozesse sehen. Aus diesem Grund hat sich Klopotek dazu entschieden, 2020 kein Publishers' Forum durchzuführen.

Ulrich Klopotek, Gründer und CEO von Klopotek und Geschäftsführer des Forums, betont die Relevanz, die einer breiten Strategie-Debatte nach wie vor zukommt: „Digital Publishing ist ein

PRESSEINFORMATION

Element geworden, das aus unserer Branche nicht mehr wegzudenken ist. Aber viele Fragen sind noch unbeantwortet: Wenden sich Verlage an Business-Service-Provider anstelle von IT-Service-Providern, um sich besser auf *ihr* Geschäft fokussieren zu können? Wie können Inhalte so auf den Markt gebracht werden, dass die Leser für sich Komponenten selbst zusammenstellen können? Sind Verlagsprodukte zukunftssicher und entsprechen sie den Bedürfnissen der Kund*innen und ihren sich schnell ändernden Erwartungen? Weiß die Verlagsbranche, was ihre Leser möchten, damit sie für sie relevant bleibt? Und verfügen Verlage über eine Infrastruktur, die es ihnen ermöglicht, auf Veränderungen Antworten zu bieten und sicherzustellen, dass Wandel etwas für sie Positives ist, das sie auch mit gestalten können?

David Worlock, Chairman der Global Leadership Councils von Outsell und Mitglied des Editorial Boards des Forums, fügt hinzu, dass sich zahlreiche Publishing-Bereiche fundamental – ihrem Wesen nach – ändern, weshalb eine Einladung an „die Player im Markt, um über ihre Zukunft nachzudenken“, immer noch von großem Wert sei: „Das buchbasierte Education-Segment ist rückläufig, und viele Unternehmen haben mit Schwierigkeiten zu kämpfen. Der Bereich Wissenschaft ist im Aufruhr, denn Open Access und die Entwicklung neuer Services und Lösungen bedrohen die Grundfesten des traditionellen Buch- und Zeitschriftengeschäfts. Und vieles von dem, was wir üblicherweise als B2B-Publishing bezeichnet haben, sind jetzt Online Transactional Services.“

Das Publishers' Forum wird eine Auszeit nehmen, um das Profil der Veranstaltung neu zu denken und zu schärfen. Wir sind davon überzeugt, dass eine strategieorientierte Diskussion weiterhin wichtig für die Verlags- und Medienwelt ist – und dass eine Plattform für den Ideenaustausch hierfür essentiell bleibt.

In der Zwischenzeit bedanken wir uns herzlich bei allen, die das Publishers' Forum von Anfang an unterstützt haben, sei es als Referent*innen und Moderator*innen, Programmverantwortliche, Berater*innen, Journalist*innen, Blogger*innen, Organisator*innen, Sponsoren, Partner und Teilnehmer*innen.

Über das Publishers' Forum

Die jährlich stattfindende Konferenz Publishers' Forum – in den letzten 5-7 Jahren jeweils mit ca. 250 Teilnehmer*innen – spricht die gesamte Medienbranche an.

Mit Plenums-Präsentationen, Panels und Hands-on-Workshops im kleinen Kreis, auf Deutsch und auf Englisch, vermittelt die Veranstaltung internationale Konzepte und Erfahrungen, um auf die Herausforderungen, die die Digitalisierung mit sich bringt, tragfähige Antworten zu finden.

2013 feierte das Publishers' Forum sein 10-jähriges Bestehen. 2015 wurde das eigene Unternehmen "The Publishers' Forum GmbH" gegründet.

www.publishersforum.de