

Diese Chronik wird herausgegeben  
vom Aufsichtsrat und der Geschäftsführung  
der Deutscher Fachverlag GmbH.

Redaktion:  
dfv Communications

Grafische Gestaltung:  
Grafisches Atelier

**Deutscher Fachverlag GmbH**  
Mainzer Landstraße 251  
60326 Frankfurt am Main  
Telefon +49 69 7595-01  
Telefax +49 69 7595-2999  
info@dfv.de  
www.dfv.de

**dfv** Mediengruppe

---





## // Liebe Leser:innen\*,

auf den folgenden Seiten geben wir Ihnen einen Einblick in die Geschichte unseres Unternehmens. Eine Geschichte, auf die wir sehr stolz sind. Denn vom klassischen Fachverlag haben wir uns zu einem modernen, breit aufgestellten Medienanbieter entwickelt.

Unser Haus steht für Qualitätsjournalismus auf höchstem Niveau. Seit der Gründung im Jahr 1946 bieten wir relevante und zuverlässige Fachinformationen für Menschen an, die in ihren Unternehmen Verantwortung tragen. Unsere Titel gehören mit allen ihren Ausprägungen – Print, Digital und Events – zu den führenden Medienmarken ihrer Branche. Unsere Angebote sind relevant: Sie bieten unseren Leser:innen und Kund:innen einen entscheidenden Mehrwert, um ihre berufliche Zukunft erfolgreich gestalten zu können. Als konstruktive und kritische Begleiter stehen wir ihnen zur Seite und unterstützen sie.

Die Chronik stellt die wichtigsten Ereignisse und Stationen der dfv Mediengruppe vor. Unser großer Dank geht an alle dfv Mitarbeiter:innen, die sich bis heute dafür einsetzen, die erfolgreiche Geschichte unseres Unternehmens fortzuschreiben.

Aufsichtsrat und Geschäftsführung  
dfv Mediengruppe

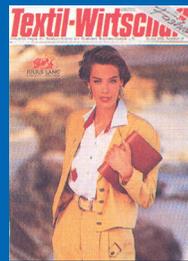
\* Mehr und mehr setzt sich eine geschlechterbewusste Sprache durch, um die Gleichbehandlung der Geschlechter zum Ausdruck zu bringen. Diversität ist uns wichtig. Deswegen nutzen wir in den jüngeren Einträgen der Chronik bei Personenbezeichnungen den Gender-Doppelpunkt. Allerdings werden Sie das generische Maskulin in den früheren Einträgen noch finden, da wir die Unternehmensgeschichte von Jahr zu Jahr fortschreiben.

1946

Der Journalist Wilhelm Lorch sieht den Bedarf für eine textile Fachzeitschrift: Erste Schritte dazu erfolgen Anfang 1946. Am 10. September erteilt die Publication Control der US-Militärregierung in Heidelberg die „Lizenz zur Herausgabe technischer Bücher und Zeitschriften für die Textilindustrie“.

Unmittelbar danach wird in Stuttgart die Neuer Fachverlag GmbH gegründet. Erst mit dem Umzug nach Frankfurt am Main im Jahr 1948 wird der Verlag in Deutscher Fachverlag GmbH umbenannt.

Am 10. Oktober 1946 erscheint die erste Ausgabe der „Textil-Wirtschaft“. Umfang: 12 Seiten, Anzeigen: 1/3 Seite. Wegen der Papiernot in Deutschland erscheint das Blatt nur 14-täglich.



1947

Der zweite Titel des jungen Verlages ist der „Auslandsdienst für Textil- und Bekleidungsindustrie“, ein Angebot für exportinteressierte Unternehmen.

Da Wohn-, aber auch Büroräume knapp sind, ist zunächst das Wohnzimmer einer Stuttgarter Privatwohnung die Produktionsstätte der ersten Ausgaben der „TextilWirtschaft“. Der spätere Umzug in das erste Verlagsbüro in Stuttgart bedeutet einen großen Fortschritt.

1948

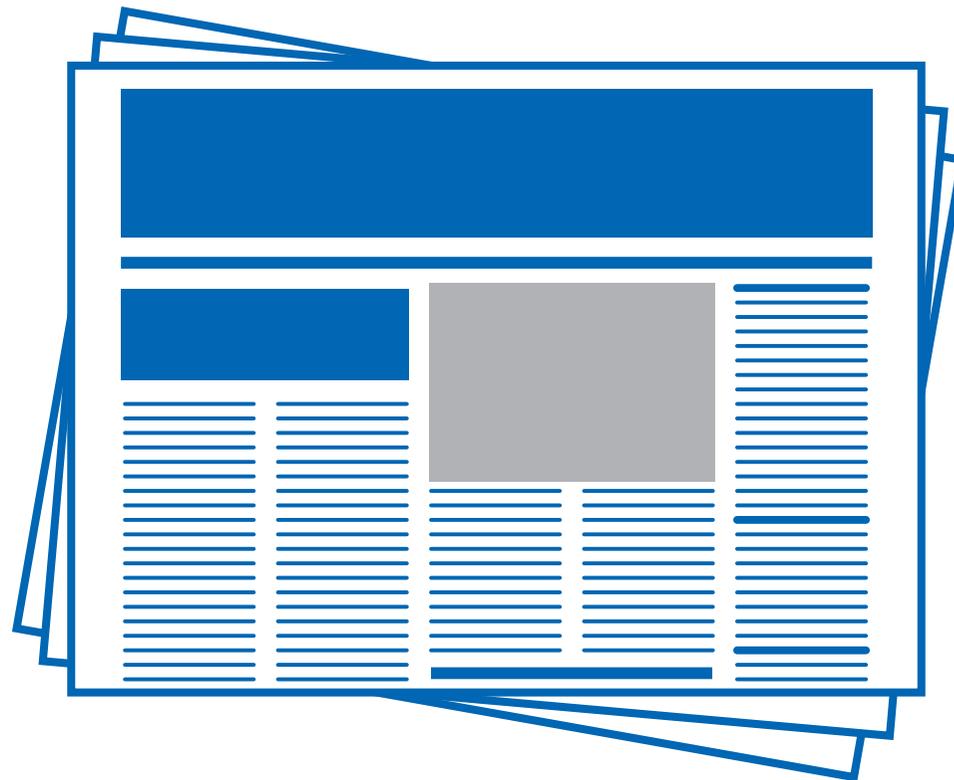
Der Verlag zieht von Stuttgart nach Frankfurt am Main um, zunächst in eine alte Lagerhalle der Textilgroßhandlung Arnold Becker in die Weserstraße. Später erfolgt der Umzug in die Freiherr-vom-Stein-Straße.



Freiherr-vom-Stein-Straße

Am 3. Juni – 17 Tage vor der Währungsreform – erscheint das dritte Objekt des Verlages unter dem Titel „Lebensmittel-Nachrichten“. Auch hier muss wieder heftig um die notwendige Lizenz gerungen werden. Ab dem 1. Dezember 1948 heißt die Zeitung „Lebensmittel-Zeitung“.





## / 1949

Die Chefredakteurin der „Textil-Wirtschaft“, Ruth von Forstner, und Wilhelm Lorch verhandeln mit dem Hauptverband des Deutschen Textil-Einzelhandels.



Im Dezember wird ein Organschaftsvertrag unterzeichnet, nach dem die „TextilWirtschaft“ mit Wirkung vom 1. Januar 1950 an das offizielle Organ des Spitzenverbandes des Textileinzelhandels ist. Dieser Vertrag besteht bis heute.



Lorch-Verlag

## / 1950 - 1953

## 1950

Marktposition und Auflagenzahlen spielen eine wichtige Rolle. In diesem Jahr kann die „Textil-Wirtschaft“ rund 2.000 zahlende Leser hinzugewinnen, die abonnierte Auflage beträgt jetzt mehr als 14.000 Exemplare.

Auch die „Lebensmittel-Zeitung“ steigert ihre Auflage auf über 17.000 Abonnenten.

Im Juni schließt sich der Deutsche Fachverlag als einer der ersten Fachverlage überhaupt der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) an.



## 1951

Um auch Bücher publizieren zu können, wird unter dem Namen Lorch-Verlag der Buchverlag des Deutschen Fachverlages gegründet.

## 1953

Die Basis wird breiter, die Diversifikation durch Spezialtitel beginnt. Der Verlag übernimmt den arbeitsrechtlichen und sozialpolitischen Dienst „IFA“.

Den ersten Kooperationsmodellen des Lebensmittelhandels wird der Deutsche Fachverlag durch die Zusammenarbeit mit der Spar gerecht. Im Herbst 1953 erscheint zum ersten Mal die „SPAR-Familie“ als Kundenzeitschrift für die Spar-Einzelhändler.

# Chronik



## 1955

Der Wettbewerb in der deutschen Wirtschaft wird härter, Wettbewerbsfragen gewinnen immer mehr an Bedeutung. Wilhelm Lorch gründet in Zusammenarbeit mit Dr. Kurt Greifelt von der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs die Zeitschrift „wrp Wettbewerb in Recht und Praxis“, die am 1. April zum ersten Mal erscheint.

## 1957

Die Druckerei Schwenk & Co. GmbH mit Sitz in der Intzestraße in Frankfurt am Main wird von Wilhelm Lorch und Gottlob Schwenk gegründet.

Eine weitere Zeitschrift ist das Ergebnis der Zusammenarbeit mit der Deutschen Spar. Der Titel „der neue weg“ erscheint im November als Händler-Fachzeitschrift der Spar. Viele Jahre später wird sie in „SPAR aktuell“ umbenannt.



## 1958

Mitte der 50er Jahre beginnt der Siegeszug der Chemiefasern. Im Juli 1958 übernimmt der Deutsche Fachverlag die schon viele Jahre bestehende Zeitschrift „Reyon Zellwolle und andere Chemiefasern“, die ab 1960 unter dem Titel „Chemiefasern“, später als „Chemiefasern/Textilindustrie“ und heute im Rahmen der Internationalisierung als „Chemical Fibers International“ verlegt wird.



Zum ersten Mal wird der Goldene Zuckerhut der Lebensmittel Zeitung, eine Auszeichnung für beispielhafte Leistungen in der Ernährungswirtschaft, im September 1958 auf der IKOFA in München verliehen. Der Goldene Zuckerhut hat sich seitdem zum bedeutendsten Preis in der deutschen Lebensmittel- und Ernährungswirtschaft entwickelt.

/ 1959



Im Frühsommer lädt Wilhelm Lorch zum ersten Werbeforum der Textilwirtschaft nach Heidelberg ein. Auch diese Idee ist lebendig geblieben und ist heute mit dem Forum der Textilwirtschaft eine der wichtigsten Branchenveranstaltungen im Textil- und Mode-Business. Traditionell findet das Forum u. a. im Schwetzingen Schloss statt.



Schwetzingen Schloss

/ 1960 - 1964

**1960**

Auch die Lebensmittelwirtschaft verändert sich. Ein stark wachsendes Segment stellt der Tiefkühlmarkt dar. Dieser Entwicklung wird der Deutsche Fachverlag mit dem neu gegründeten Titel „Tiefkühl-Praxis“ gerecht.

In den 70er Jahren wird dieser Titel mit der „gv-praxis“, der Fachzeitschrift für Gemeinschaftsverpflegung, zusammengelegt.

**1964**

Der Verlag beginnt seine Marketingarbeit mit ersten Leseranalysen für Fachzeitschriften, ein damals unbekanntes Terrain.

Die erste EDV-Anlage wird installiert – damals eine echte Innovation, die längst nicht Standard in mittelständischen Unternehmen war.

1966



P. Lorch

10. Juni: der Todestag von Wilhelm Lorch, dem Gründer des Deutschen Fachverlages. Seine Frau Eva Lorch übernimmt zusammen mit ihrem Sohn Peter Lorch die Geschäftsführung des Verlages.



E. Lorch

Ab dem 1. Oktober 1966 gehören die Zeitschriften „textil-report“, „textile heimkultur“, „Herrenjournal“ und „textil schnell report“ aus dem Matthes-Verlag in Berlin zum Deutschen Fachverlag. Die Kaufverhandlungen hatte noch Wilhelm Lorch eingeleitet.

Am 1. September übernimmt Theo Werdin die Chefredaktion der „Lebensmittel Zeitung“.

1967

Der Verlag zieht in das neu gebaute Verlagshaus, in der Schumannstraße 27 im Frankfurter Westend, um.



Bis zum nächsten Umzug des Fachverlages – 1989 in die Mainzer Landstraße 251 – kommen viele weitere Standorte in Frankfurt am Main hinzu.

1971 - 1975

**1971**  
25 Jahre Deutscher Fachverlag, zugleich 25 Jahre „TextilWirtschaft“.

Der Verlag publiziert mit rund 400 Mitarbeitern 19 Fachzeitschriften.  
Der Umsatz beträgt 35 Millionen DM.

**1972**  
Erstmalig erscheint das „dfz-wirtschaftsmagazin“ als Verlegerbeilage der wichtigsten Titel des Fachverlages. Weitere Trägerobjekte kommen im Laufe der Jahre hinzu.

Nach Übernahme der Titelrechte vom Verlag Die Wirtschaft in Ostberlin im Jahr 1990 wird dieser Titel heute als „Der Handel“ publiziert.

**1973**  
Im Januar wird als Monatszeitschrift der Titel „gv-praxis“ gegründet, der sich zwischenzeitlich zur führenden Fachzeitschrift für das Segment der professionellen Gemeinschaftsverpflegung entwickelt hat.



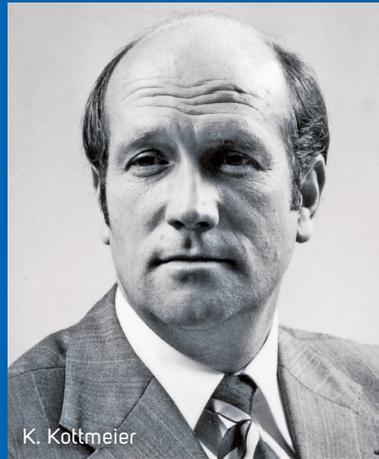
**1974**  
Das Portfolio wird erweitert. Im Januar erscheint die erste Ausgabe der „ZLR Zeitschrift für das gesamte Lebensmittelrecht“.



**1975**  
„pack report“ und „Papier- und Kunststoff-Verarbeiter“ – später „Papier + Folien“ – aus dem Berger-Verlag gehören nun zum Deutschen Fachverlag.



## 1976 - 1978



K. Kottmeier

### 1976

Angesichts des stark gewachsenen Verlages wird die Geschäftsführung ausgebaut. Klaus Kottmeier wird zum weiteren Geschäftsführer des Unternehmens berufen.

### 1978

Ab 1. Januar erscheinen die „allgemeine fleischer zeitung“ (afz), „Fleischwirtschaft“, die „Neue Gastronomische Zeitung“ (NGZ) und „feinkost revue“ im Deutschen Fachverlag. Der Vertrag zur Übernahme der Titel, die bis dahin im Frankfurter Sponholz-Verlag erschienen sind, wurde am 10. November 1977 unterzeichnet.

Am 1. März übernimmt Jörg Hintz die Chefredaktion der „TextilWirtschaft“.





1979

Ende der 70er Jahre erscheinen im Deutschen Fachverlag 30 Titel. Der Umsatz der Verlagsgruppe beträgt rund 79 Millionen DM.

Zum ersten Mal erscheint die „dfv intern“, die Mitarbeiterzeitschrift des Verlages. Später wird sie in Farbe produziert und umbenannt werden. Ab 2018 trägt sie den Namen „dfv magazin“.

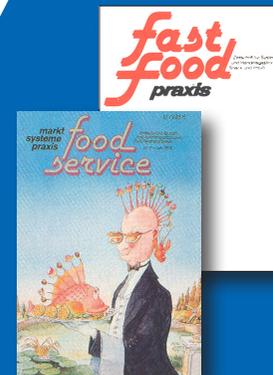


1980

Neue Märkte entwickeln sich, neue Zeitschriften werden gegründet. Die „fast food praxis“, eine Fachzeitschrift für Systemgastronomie, entsteht. Was zunächst als Beilage in der „gv-praxis“ seine Leser fand, wird ab 1982 als selbstständiger Titel, einige Jahre später unter dem Namen „food service“ publiziert.

Am 1. Juli 1980 gründet der Deutsche Fachverlag in Salzburg den Verlag für Wirtschaftspraxis Ges.mbH und übernimmt vom Hennesen-Verlag in Düsseldorf die „Österreichischen Textil-Mitteilungen“ (ÖTM).

Die verlagseigene Aus- und Fortbildung wird aktiviert und eine Volontärsausbildung für den redaktionellen Nachwuchs eingeführt.



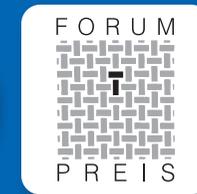
1981 - 1983

1981

Peter Ruß wird zum weiteren Geschäftsführer des Deutschen Fachverlages berufen, Klaus Kottmeier wird Sprecher der Geschäftsführung, Eva Lorch ist weiterhin geschäftsführende Gesellschafterin.



Als Nachfolge-Auszeichnung zu dem bis dahin verliehenen „texport-trommler“ wird auf dem 23. Heidelberger Forum zum ersten Mal der Forum-Preis der TextilWirtschaft vergeben.



Im Salzburger Verlag wird mit „Österreichische restaurant + gv-praxis“ – später „HGv PRAXIS“ – die zweite Fachzeitschrift gegründet.



1983

Am 1. Januar übernimmt der Deutsche Fachverlag den Alfred-Strothe-Verlag mit insgesamt sechs Fachzeitschriften. Wichtigstes Objekt ist der „Ernährungsdienst“.

Die „fast food praxis“ – heute „food service“ – verleiht im März den Hamburger Foodservice Preis zum ersten Mal.





**1984 - 1988**

**1984**

Im Januar wird Jürgen Wolfskeil und Michael Schellenberger die Chefredaktion der „Lebensmittel Zeitung“ übertragen, Theo Werdin bleibt Herausgeber.

Die Technik entwickelt sich weiter. Mit der Einführung des R/2-Verlags-Systems ist die Lochkarten-Ära definitiv beendet.

Der Umsatz der Verlagsgruppe übersteigt erstmals mit 105 Millionen DM die 100-Millionen-Grenze.

**1985**

Um neben dem Volontariat auch Hochschulabsolventen als kaufmännischen Nachwuchs zu gewinnen, wird ein eigenes Trainee-Programm eingeführt.



Richtfest

K. Kottmeier

P. Riß

**1986**

Anfang Januar wird das Grundstück Mainzer Landstraße 249-251 in Frankfurt am Main erworben, die Planungen für den Bau eines neuen Verlagshauses beginnen.

Nach langen Verhandlungen erscheint am 10. Juni „HORIZONT, Zeitung für Marketing, Werbung und Medien“, erstmals im Deutschen Fachverlag.

**1988**

Aus Anlass des 30. Forums der Textilwirtschaft wird im Sommer in Heidelberg die Wilhelm-Lorch-Stiftung, eine gemeinnützige Stiftung zur Förderung von begabten Nachwuchskräften in der textilen Wirtschaft, vorgestellt.



Am 2. Dezember wird das Richtfest des Verlagsneubaus gefeiert.



1989

Zum 1. Januar wird der m+a Verlag für Messen, Ausstellungen und Kongresse übernommen. Hier erscheinen in deutscher und englischer Sprache Fachzeitschriften und Nachschlagewerke für das internationale Messe-, Kongress-, Tagungs- und Incentive-Wesen.

In Zusammenarbeit mit der Fleischerei-Berufsgenossenschaft in Mainz erscheint im Februar die Vierteljahres-Publikation „FBG-Forum“.

Um die nicht-deutschsprachigen verlegerischen Aktivitäten zu bündeln, wird die IBP International Business Press Publishers GmbH mit Sitz in Frankfurt am Main gegründet.



Mainzer Landstraße

Im November erfolgt der Umzug in das neue Verlagshaus in der Mainzer Landstraße 251. Die bis dahin an zehn Standorten angesiedelten Redaktionen, die kaufmännischen und Dienstleistungsbereiche des Verlages werden unter einem Dach zusammengefasst.

Während des Umzuges, am 9. November 1989, fällt in Berlin die Mauer. Das Unternehmen versteht es, die dadurch entstehenden Chancen für neue Lesermärkte zu nutzen.



1990

Im Januar verleiht die „NGZ Neue Gastronomische Zeitschrift“ – später „Der Hotelier“ – zum ersten Mal die Auszeichnung „Hotelier des Jahres“. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung beschreibt den Preis heute als „eine Art Oscar der deutschen Hotellerie“.



Preisverleihung Hotelier des Jahres

Angeregt durch den Erfolg der Wilhelm-Lorch-Stiftung, wird – ebenfalls als gemeinnützige Institution – die Stiftung Goldener Zuckerhut ins Leben gerufen. Ihr Ziel ist die Förderung des Nachwuchses in allen Bereichen der Lebensmittelwirtschaft.



Im Mai werden erste Anteile von „fashion“, der führenden Textilfachzeitschrift Italiens, übernommen. Der Titel wird in der eigens dafür gegründeten Tochtergesellschaft Edizioni Ecomarket S.p.A. mit Sitz in Mailand verlegt.



Brunnenstraße

Aus der seit Februar vereinbarten Bürogemeinschaft mit dem Modeinstitut der DDR entsteht – wenige Monate nach Öffnung der Mauer – ein Verlagsbüro des Deutschen Fachverlages in der Brunnenstraße in Ostberlin.

1991

Die neue politische Situation ermöglicht verlegerische Aktivitäten in Osteuropa.

Der Tschechoslowakische Fachverlag wird in Prag gegründet. Mit Unterstützung des damaligen tschechoslowakischen Modeinstituts UBOK kann ein Verlagsbüro eingerichtet werden. Erstes Objekt ist „food service“. Später – nach der Trennung der Slowakei von der Tschechischen Republik – wird der Verlag in Tschechischer und Slowakischer Fachverlag umbenannt.



Der Bereich der technischen Fachzeitschriften wird im Oktober durch die Übernahme des bereits im 120. Jahrgang erscheinenden und äußerst renommierten „Wochenblatt für Papierfabrikation“ ausgebaut.

Vom Verlag Die Wirtschaft in Ostberlin können die Titelrechte „Der Handel“, „Handelswoche“ und „Neue Werbung“ erworben werden. Das „dfz-wirtschaftsmagazin“ heißt zukünftig „Der Handel“, der Titel „Handelswoche“ wird als Untertitel der „Lebensmittel Zeitung“ weitergeführt.

In Budapest wird mit dem Ungarischen Fachverlag eine weitere Verlagstochter gegründet. Erste Publikation ist „food service Magyarorszag“.

Auch die Technik im Verlag hat sich weiterentwickelt. Erste Redaktionssysteme kommen zur Anwendung. Zwischenzeitlich gibt es unter anderem mehr als 300 Bildschirm-Arbeitsplätze. Der dfv gehört zudem zu den ersten Fachverlagen, die einige ihrer Medien im Online-Dienst Btx (Bildschirmtext) präsentieren.



1992

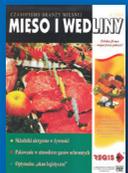
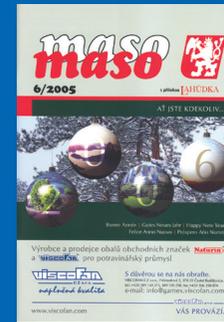


Die Zeitschrift „planung & analyse“, eine wissenschaftliche Fachzeitschrift für Markt- und Mediaforschung, wird übernommen und verlegerisch ausgebaut.

Im April beteiligt sich die Verlagsgruppe an der Sportswear International Verlag AG mit Sitz in Zug/Schweiz, die sich heute zu 100 Prozent im Besitz der Verlagsgruppe in Deutschland befindet.



Auch in Warschau wird eine Verlagstochter, der Polnische Fachverlag, gegründet. Als erster Titel erscheint „Mieso i Wedliny“, eine Fachzeitschrift für die Fleischwirtschaft des Landes. Kaum ein Jahr später wird „Handel“ verlegt, der sich im Wesentlichen an den polnischen Lebensmittelhandel wendet.



In Prag werden ebenfalls weitere Titel gegründet: „Moderni Obchod“ in tschechischer und slowakischer Sprache für Leser im Lebensmittelhandel, „TextilZurnal“ für die Textil- und Modewirtschaft sowie für den fleischwirtschaftlichen Bereich die Fachzeitschrift „Maso“.

1993



Erste Gehversuche werden im Bereich des digitalen Publizierens unternommen. Die Archivdatenbanken von „HORIZONT“ und der „TextilWirtschaft“ sind bei Genios via Datex P und Datex J (heute T-Online) online abrufbar.

Zum 1. Januar übernimmt der Deutsche Fachverlag den Heidelberger Melliand-Verlag mit seinen führenden Fachzeitschriften für die Textilindustrie.



1994



Für herausragende Leistungen im Bereich der Gemeinschaftsverpflegung verleiht die „gv-praxis“ zum ersten Mal den Frankfurter Preis.

Der Deutsche Fachverlag wächst weiter. Daher wird das 1989 bezogene Verlagshaus um das Nachbarhaus, Mainzer Landstraße 243, erweitert.



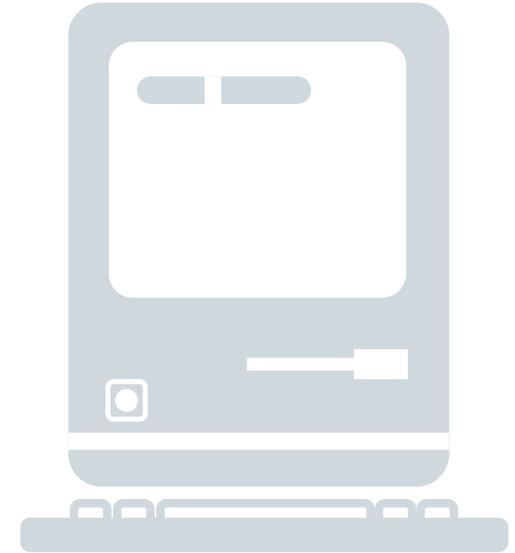
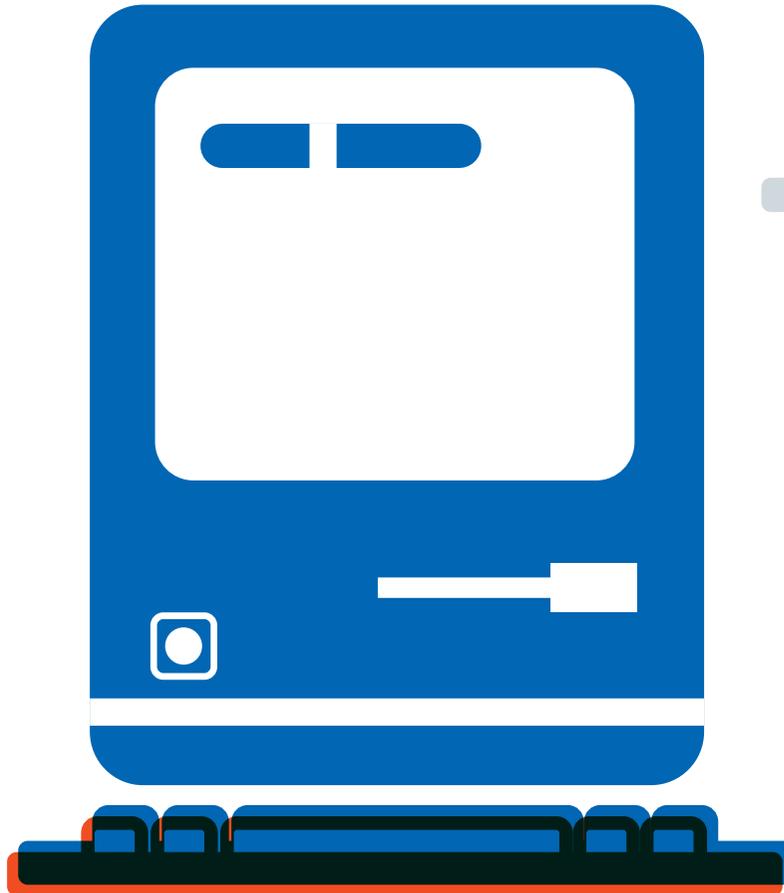
In Österreich beginnt eine enge Zusammenarbeit mit dem Verleger Professor Hans-Jörgen Manstein, die später zu einer Übernahme des Manstein-Verlages durch den Deutschen Fachverlag führen wird.



Mit „Mai Piac“ (deutsch: Moderner Markt) erscheint nun auch in Ungarn eine Fachzeitschrift für den Lebensmittelhandel, und in Warschau wird im Polnischen Fachverlag ein weiterer Titel, „food service polska“, gegründet.

Erstmals präsentiert das Zentral-Archiv des Deutschen Fachverlages auf der Buchmesse in Frankfurt am Main seine umfangreichen digitalen Dienstleistungen.

Ende 1994 überspringt die Verlagsgruppe mit 202,1 Millionen DM Umsatz die 200-Millionen-Grenze.



1995

Mitte der 90er beginnt das Internet immer schneller zu wachsen – und der Deutsche Fachverlag springt früh auf den Zug auf: Das Verlagsverzeichnis, eine Zusammenstellung aller Medien und Angebote, erscheint erstmalig online. Erstellt wurde es in Zusammenarbeit mit der Technischen Universität Ilmenau.



Drucktechnisch beginnen neue Zeiten. Ab 1. Januar werden unter anderem die „TextilWirtschaft“, die „Lebensmittel Zeitung“ und die „allgemeine fleischer zeitung“ im Heatset-Verfahren (Rotationsoffset mit integrierter Bahntrocknung) im neuen Druckzentrum der Frankfurter Societätsdruckerei (FSD) in Mörfelden gedruckt und präsentieren sich so in neuer Papier- und Druckqualität.



Damit die Handels- und Börsenzeitung „Ernährungsdienst“ für die Agrarmärkte über Bildschirm abgerufen werden kann, wird das Btx-Angebot ausgebaut.

Die „Lebensmittel Zeitung“ hebt eine neue Branchenauszeichnung aus der Taufe. Der Sales Cup würdigt erfolgreiche Promotionkonzepte der Industrie im deutschen Lebensmittelhandel und wird jeweils für verschiedene Kategorien vergeben.



1996

Die Verlagsgruppe übernimmt mit ihrer Salzburger Tochtergesellschaft die „Österreichische Textil-Zeitung“ (ÖTZ), die mit „Österreichische Textil-Mitteilungen“ (ÖTM) fusioniert wird. Der Verlagssitz wird nach Wien/Perchtoldsdorf verlegt.



Der Deutsche Fachverlag startet im Herbst mit „HORIZONT.NET“, heute „HORIZONT Online“, eines der ersten regelmäßig erscheinenden Online-Angebote im deutschen B2B-Medienmarkt.

Der zur Verlagsgruppe gehörende m+a Verlag startet gleichzeitig seine Messedatenbank „ExpoBase“ im Internet.

Konzentrationen und Spezialisierungen in den verschiedenen Wirtschaftsbereichen erfordern auch weitere Diversifikationen bei den Titeln der Verlagsgruppe. „LZ Spezial“, als Themenheft der „Lebensmittel Zeitung“, oder „Cool“, ein Themenheft der gastronomischen Titel, sind Beispiele hierfür.



Am 10. Oktober 1996 wird die „TextilWirtschaft“ und damit der Deutsche Fachverlag 50 Jahre alt.

Im Jubiläumsjahr werden im Deutschen Fachverlag und seinen Tochtergesellschaften in zehn Ländern mehr als 70 Fachpublikationen verlegt. Buchproduktionen sowie digitale Fachinformationen kommen hinzu. Die Mitarbeiterzahl ist auf 720 gestiegen. 226,9 Millionen DM werden umgesetzt.

1997



Zum Jahresbeginn beteiligt sich der Deutsche Fachverlag an der Manstein Zeitschriftenverlagsgesellschaft m.b.H. in Wien/Perchtoldsdorf. In diesem Verlag erscheinen unter anderem „CASH“, die führende Fachzeitschrift für die Lebensmittelwirtschaft in Österreich, „Bestseller“, das Magazin für Marketing, Werbung und Medien, „Hotel & Touristik“ sowie eine Lizenzausgabe von „HORIZONT“.

„DivatMarketing“, eine ungarische, und „Dünya Tekstil“, eine türkische Lizenzausgabe der „TextilWirtschaft“, erscheinen im Februar.

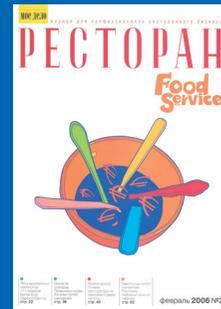
Im Mai startet „TWNnetwork“, der Online-Dienst der „TextilWirtschaft“, und auf der Anuga in Köln wird mit „LZ|NET“ das fünfte Online-Angebot des Verlages vorgestellt.



1998

Die „Lebensmittel Zeitung“ erhält im März einen Schwestertitel: „LZ DIREKT“, die Fachillustrierte für die Macher im Markt, wird der Öffentlichkeit präsentiert.

Im Oktober kann vom Matthaes Verlag in Stuttgart die „Neue Fleischer Zeitung“ übernommen und in die „allgemeine fleischer zeitung“ integriert werden.



Erste Schritte in Richtung Russland werden mit der Gründung des Russischen Fachverlages mit Sitz in Moskau unternommen. Erstes Objekt ist „Mojo Delo“, ein Fachtitel für die Lebensmittelwirtschaft, später kommt das Objekt „Mojo Delo Gastronomie“ hinzu.

1999



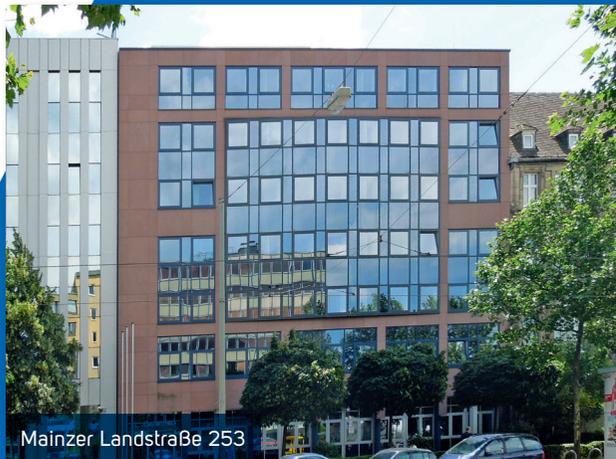
Im Februar verstirbt die Hauptgesellschafterin Eva Lorch. Die Verlagsgruppe bleibt weiterhin im Besitz der Gesellschafterfamilie. Hauptgesellschafter ist jetzt Andreas Lorch, Sohn von Wilhelm und Eva Lorch. Weitere Gesellschafterinnen sind Catrin Lorch, Anette Lorch und Britta Lorch, Enkeltöchter des Gründers.

Der Markt der Türkei wird immer interessanter. Der Deutsche Fachverlag gründet daher zusammen mit der Globus-Gruppe Dünya Basinevi eine gemeinsame Tochtergesellschaft, die D+D Verlags- und Servicegesellschaft mbH mit Sitz in Istanbul, in der „Dünya Tekstil“ und „Dünya Ambalaj“ erscheinen.

2000

Im Zuge des erfolgreichen Auf- und Ausbaus der Online-Angebote wird die B2B Online GmbH gegründet. Geschäftszweck dieser Tochtergesellschaft sind die Entwicklung und Vermarktung von E-Commerce-Anwendungen im Business-to-Business-Bereich.

Edizioni Ecomarket S.p.A. in Mailand, in der die Textilfachzeitschrift „fashion“ erscheint, gehört nunmehr zu 100 Prozent zur Verlagsgruppe.



Mainzer Landstraße 253

Kongresse und Seminare werden als Kommunikationsplattformen in allen Branchen, national wie international, immer wichtiger. „food service“ trägt dem Rechnung und startet in Zusammenarbeit mit dem Gottlieb Duttweiler Institut den 1. European food service Summit in Zürich. Der rein englischsprachige Kongress ist von Anfang an auch ein kommerzieller Erfolg.



Das Haus Mainzer Landstraße 253, das 1998 erworben wurde, wird nach einer Totalrenovierung und Modernisierung bezogen. Das Domizil der Verlagsgruppe in Frankfurt am Main hat sich damit in der Mainzer Landstraße von Nummer 243 bis 253 ausgedehnt.

Mit 275,1 Millionen DM Umsatz ist das Jahr 2000 das bis zu diesem Zeitpunkt erfolgreichste Jahr in der Geschichte der Deutscher Fachverlag GmbH, bei der 850 Mitarbeiter tätig sind. Neben dem Wachstum aus den gedruckten Fachtiteln konnte ein deutlicher Zuwachs bei den Online-Medien erzielt werden. Die Umsätze in diesem Bereich steigen von 2,7 Mio. DM auf 4,1 Mio. DM und haben sich damit in den beiden vergangenen Jahren mehr als verdoppelt.

## / 2001

Mit Jahresbeginn gehört auch die österreichische Manstein Zeitschriftenverlagsgesellschaft m.b.H. mit ihren vielen renommierten und erfolgreichen Titeln zu 100 Prozent zum Deutschen Fachverlag.

Mit „m+a Expo Database“ bietet der m+a Verlag einen neuen Online-Dienst mit hoch qualifizierten Informationen rund um das Medium Messe an. Auch weitere Titel sind zwischenzeitlich online, sodass die Verlagsgruppe nun über 14 digitale Fachmedien-Angebote verfügt.



Sport und Wirtschaft, diese Kombination ist so interessant geworden, dass „HORIZONT“ sein Portfolio ausbaut und im Februar zum ersten Mal „HORIZONT SPORT BUSINESS“ vorlegt – ein Magazin für alle, die im Bereich Sportmarketing tätig sind. Ergänzend dazu gibt es einmal wöchentlich einen sogenannten Business-Talk im Wirtschafts- und Finanz-TV-Sender Bloomberg.





2002

Der Euro ist da. Mit dem Jahreswechsel wird von DM auf die neue Währung umgestellt. Dies bedeutet eine große Herausforderung und Kraftanstrengung für den gesamten Verlag. Dank bester Vorarbeit erfolgt die Umstellung jedoch ohne Probleme.

Die Kompetenz des rechtswissenschaftlichen Bereiches der Verlagsgruppe soll ausgebaut werden. Der Deutsche Fachverlag übernimmt – nachdem er sich im Jahr zuvor bereits mit 30 Prozent am angesehenen Verlag Recht und Wirtschaft in Heidelberg, in dem unter anderem der „Betriebs-Berater“ erscheint, beteiligt hat – weitere Anteile und damit die Mehrheit am Heidelberger Verlag.

Der Verlag beginnt, die Arbeitsplätze im großen Stil mit Flachbildschirmen auszustatten. Im Mai wird zudem das dfv Infonet – ein Informationsservice für alle Mitarbeiter – eingeführt.

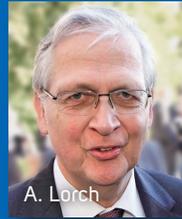
Der österreichische Titel „Hotel + Touristik“ aus dem Manstein-Verlag veranstaltet die ersten „Badener Gespräche“, ein Strategieforum für die österreichische Tourismuswirtschaft.



2003



K. Kottmeier



A. Lorch



C. Lorch

Am 1. August 2003 wird erstmalig im Deutschen Fachverlag ein Aufsichtsrat eingerichtet. Vorsitzender ist Klaus Kottmeier, der zu diesem Zeitpunkt aus der Geschäftsführung ausscheidet. Weitere Mitglieder des Aufsichtsrates sind die Gesellschafter Andreas Lorch und Catrin Lorch.



P. Ruß

Peter Ruß wird zum Vorsitzenden der Geschäftsführung berufen.

2004



Um die Position des Titels „Entsorga-Magazin“, der zum Bereich der Technischen Fachzeitschriften des Verlages gehört, im Markt zu stärken, wird die „Umweltpraxis“ vom Vieweg Verlag in Wiesbaden übernommen.

„food Service Europe“, ein englischsprachiger und außergewöhnlich erfolgreicher Titel der gastronomischen Fachzeitschriften, erweitert seine Berichterstattung und damit seinen Leserkreis um den Bereich Middle East.

Zum 1. April beteiligt sich der Deutsche Fachverlag mit 51 Prozent am Matthaes Verlag, Stuttgart. Wichtigster Umsatzträger ist die wöchentlich erscheinende „Allgemeine Hotel- und Gaststätten-Zeitung“ (AHGZ). Einen neuen Branchbereich in der Verlagsgruppe bilden die weiteren Titel des Stuttgarter Verlages: die „Allgemeine Bäckerzeitung“ (ABZ) sowie der Titel „Konditorei und Café“ (KoCa).



Um Kompetenzen und Kräfte zu bündeln, wird der Verlag für Wirtschaftspraxis – die ursprüngliche Firmengründung der Verlagsgruppe in Österreich – in die Manstein Zeitschriftenverlagsgesellschaft m.b.H. integriert. Damit erscheinen auch die „Österreichische Textil Zeitung“ (ÖTZ) sowie die „Österreichische Hotel+gv-praxis“ in diesem Verlag.

Zum ersten Mal findet der Deutsche Modehandels-Kongress statt, der sich in der Branche bald als fester Termin etabliert.

## / 2005

Nach dem Erwerb des im Matthaes Verlag erscheinenden Titels „Allgemeine Hotel- und Gaststätten-Zeitung“ (AHGZ) wird „Der Hotelier“ als monatliches Magazin in die AHGZ integriert.

„Men's fashion“, das exportorientierte Fachorgan der deutschen Modeindustrie in englischer Sprache, wird um den Bereich der Damenoberbekleidung erweitert und erhält einen neuen Namen: „F The Fashion Business“. Der Fachtitel wird in mehr als 20 Ländern der Welt verbreitet.

Der Sitz des Verlages Recht und Wirtschaft wird von Heidelberg nach Frankfurt am Main verlegt. Die Mitarbeiter ziehen in Räume des Deutschen Fachverlages in der Mainzer Landstraße um. Damit werden Arbeitsabläufe, Entscheidungswege und nicht zuletzt die Kommunikation einfacher und schneller.

Auch die Mitarbeiter des Matthaes Verlages beziehen in Stuttgart neue, moderne Räume in der Silberburgstraße 122. Zum Jahreswechsel werden vom dfv alle Anteile an dem Stuttgarter Verlag übernommen.

Um den Informationsbedürfnissen von Lesern und Kunden auch im Bereich von Kongressen und Seminaren gerecht zu werden, wird ein eigenständiger Verlagsbereich mit dem Titel „dfv academy“ eingerichtet, der diesen Bereich ausbauen und vermarkten soll.



**dfv**  
academy  
messen  
kongresse  
seminare



2006 - 2007

2006

Die Deutscher Fachverlag GmbH kann auf sechs Jahrzehnte erfolgreiche Fachkommunikation zurückblicken. Mit der „TextilWirtschaft“, aber auch mit dem später übernommenen „Ernährungsdienst“ sowie dem „Betriebs-Berater“, die alle im Jahr 1946 gegründet wurden, feiert der Deutsche Fachverlag seinen 60. Geburtstag.



Aus Anlass dieses Jubiläums wird eine dritte Stiftung ins Leben gerufen, die HORIZONT-Stiftung, die sich der Förderung der Aus- und Fortbildung von Nachwuchskräften sowie von Wissenschaft und Forschung der Kommunikations-, Medien- und Werbeindustrie in den Bereichen Marketing, Media, Kreation und neue Medien widmet. Diese Stiftung wird durch den Deutschen Fachverlag mit einem Basiskapital von 100.000 Euro ausgestattet.

Erfolgsstrategien für die Fleischwirtschaft werden beim 1. Deutschen Fleisch Kongress diskutiert.

In seinem Jubiläumsjahr setzt der Deutsche Fachverlag insgesamt 128,5 Millionen Euro um. Davon entfallen über 4,4 Millionen Euro auf Veranstaltungen und 3,9 Millionen Euro werden durch digitale Geschäfte erwirtschaftet. Peter Ruß, bis Ende 2006 in der Geschäftsführung tätig, wechselt in den Aufsichtsrat des Verlages.



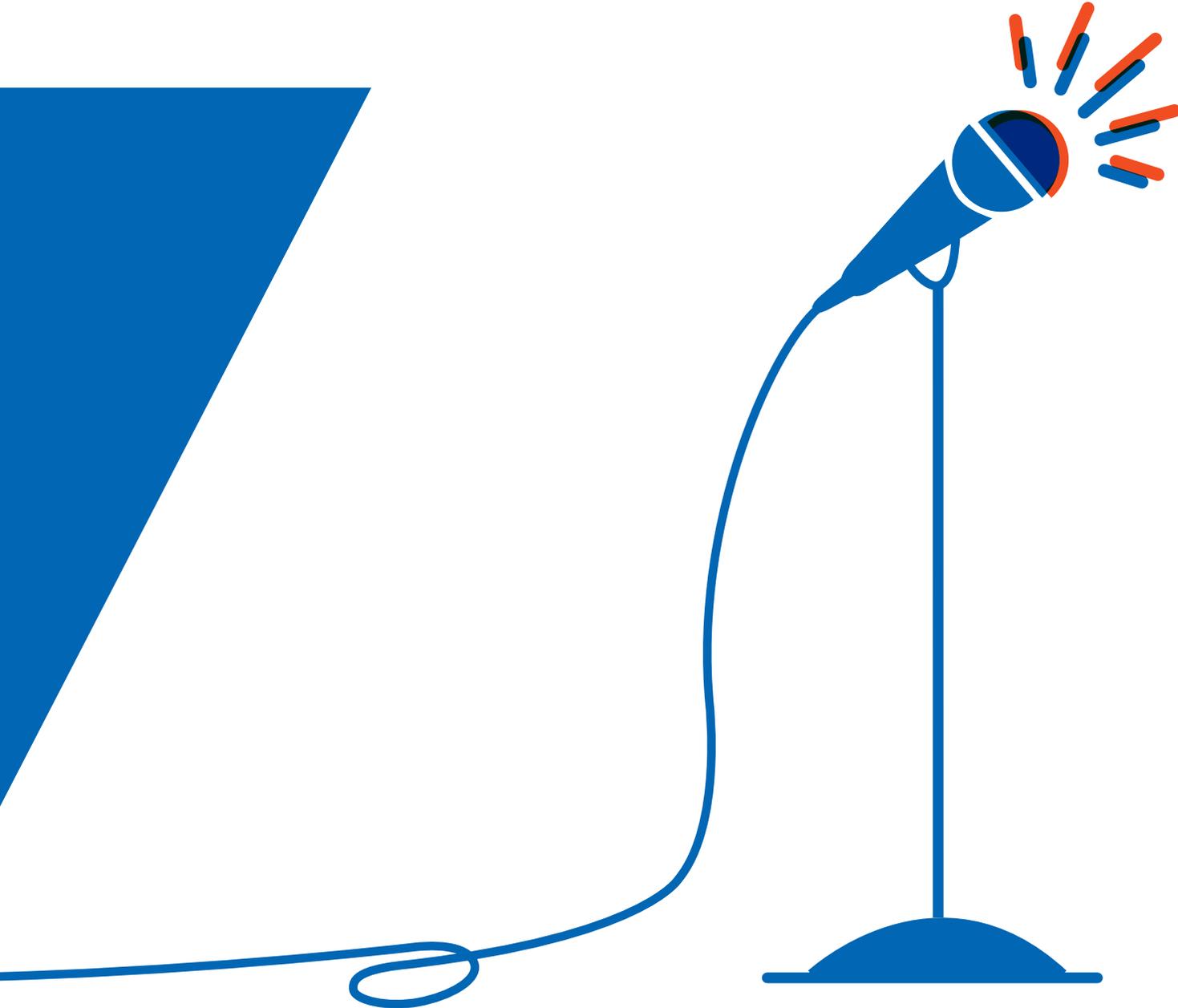
Zum 1. Januar beteiligt sich der Deutsche Fachverlag an der „Immobilien Zeitung“, einziger wöchentlich erscheinender Titel für die Immobilienbranche.

In November wird der 50. Goldene Zuckerhut der Lebensmittel Zeitung im Berliner Bode Museum feierlich verliehen.



Die im Stuttgarter Matthaes Verlag erscheinende „Allgemeine Hotel- und Gaststätten-Zeitung“ wird konzeptionell, optisch und inhaltlich vollständig überarbeitet und heißt jetzt „Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung“.





2008

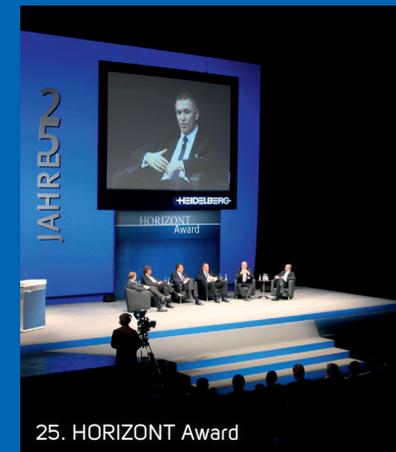


1. Deutscher Hotelkongress

Der Verlag beschäftigt sich verstärkt mit dem Ausbau seiner digitalen Dienste. Es gibt mittlerweile mehr als 60 Online-Angebote, die ständig optimiert und erweitert werden. Vor allem die Online-Jobportale für die großen Branchen starten von Anfang an erfolgreich: Die Jobbörse der „Lebensmittel Zeitung“ startet mit [www.lzjobs.de](http://www.lzjobs.de) ein eigenes Portal, das technisch eine Vorreiterrolle beim Deutschen Fachverlag einnimmt.

Die „Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung“ startet im Januar mit dem 1. Deutschen Hotelkongress, der künftig zusammen mit dem Hotelier des Jahres stattfinden wird.

„HORIZONT“ feiert – ebenfalls im Januar – mit 25 Jahre HORIZONT Award ein glanzvolles Jubiläum im Schauspielhaus in Frankfurt am Main.



25. HORIZONT Award

Zum 1. Januar erwirbt die Verlagsgruppe alle Titel der MediaDidact GmbH. Zu den Publikationen gehören unter anderem die „Markenlehrbriefe“, Broschüren zur Warenkundes Schulung von Mitarbeitern und Auszubildenden im Verkauf und Kundenservice im Lebensmittelhandel.

Anfang des Jahres erscheint zum ersten Mal „TW International“, eine englischsprachige Ausgabe der „TextilWirtschaft“. Das Magazin erscheint zweimal im Jahr, jeweils vor Beginn der großen internationalen Mode-Messen.

Erstmalig erscheint eine Ausgabe „Sportswear International India“, und zwar in Kooperation mit dem Verlag Images Multimedia Group mit Sitz in Delhi, an dem sich der Deutsche Fachverlag Mitte des Jahres 2008 beteiligt.

Ebenfalls mehrheitlich beteiligt sich der Deutsche Fachverlag an dem polnischen Verlag VFP Communications, der unter anderem die Zeitschrift „Media & Marketing“ herausgibt.

Im Mai wird in Heidelberg zum 50. Mal der Forum-Preis der TextilWirtschaft verliehen.

Mit Veranstaltungen, Kongressen und Seminaren erzielt der dfv 2008 einen Umsatz von 5,9 Millionen Euro, das entspricht einem Plus von 20,4 Prozent gegenüber 2007. Um das Veranstaltungsgeschäft noch stärker als bisher zu forcieren und auszubauen, wird ein neues Beteiligungsunternehmen – The Conference Group – gegründet. Die dfv academy geht darin auf.

Im Dezember wird die „Lebensmittel Zeitung“ 60 Jahre alt.



2009

Unter dem Motto „Zukunft Print, Zukunft TV, Zukunft Online! – Strategien für die Werbung 2009“ findet der erste Deutsche Medienkongress statt. Veranstaltungsort ist das Congress Center der Messe Frankfurt, später zieht er in die Frankfurter Alte Oper um.

Der Deutsche Fachverlag erweitert sein Portfolio und startet den eigenständigen Geschäftsbereich Corporate Publishing. Damit bündelt der Verlag die bereits dezentral bestehenden Aktivitäten in Bezug auf exklusive Kundenpublikationen. Im April beteiligt sich der Verlag zudem an der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (AMI).

Die Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag investiert auch in Zeiten konjunktureller und struktureller Veränderungen weiter in Online-Projekte. Deshalb wird in einem verlagsinternen Wettbewerb ein Sonderetat von 250.000 Euro für innovative Online-Projekte ausgeschrieben.

„Sportswear International“ vergrößert die nordeuropäische Basis in Frankfurt: Ein Teil der Führungsriege des Magazins zieht von Mailand an den Main um.



Deutscher Medienkongress



K. Kottmeier



Klaus Kottmeier, Vorsitzender des Aufsichtsrats, wird für seine Tätigkeit als Verleger und sein großes ehrenamtliches Engagement im Bereich Medien mit dem Bundesverdienstkreuz am Bande geehrt.

Aus „Ernährungsdienst“ wird im Juni die „agrارzeitung“. Der neue Name steht für den klaren Anspruch des Titels, die gesamte Agrarbranche im Fokus zu haben.

2010

Der Deutsche Fachverlag erwirbt eine Mehrheitsbeteiligung an der The Business Target Group GmbH, Scheeßel bei Hamburg. Im gleichen Jahr erhöht er seine Beteiligung an der in Wiesbaden ansässigen IZ Immobilien Zeitung Verlagsgesellschaft mbH und beteiligt sich an der XAD Service GmbH, die einen innovativen Service für die Werbeindustrie und Kreativszene bietet.



S. Reimers

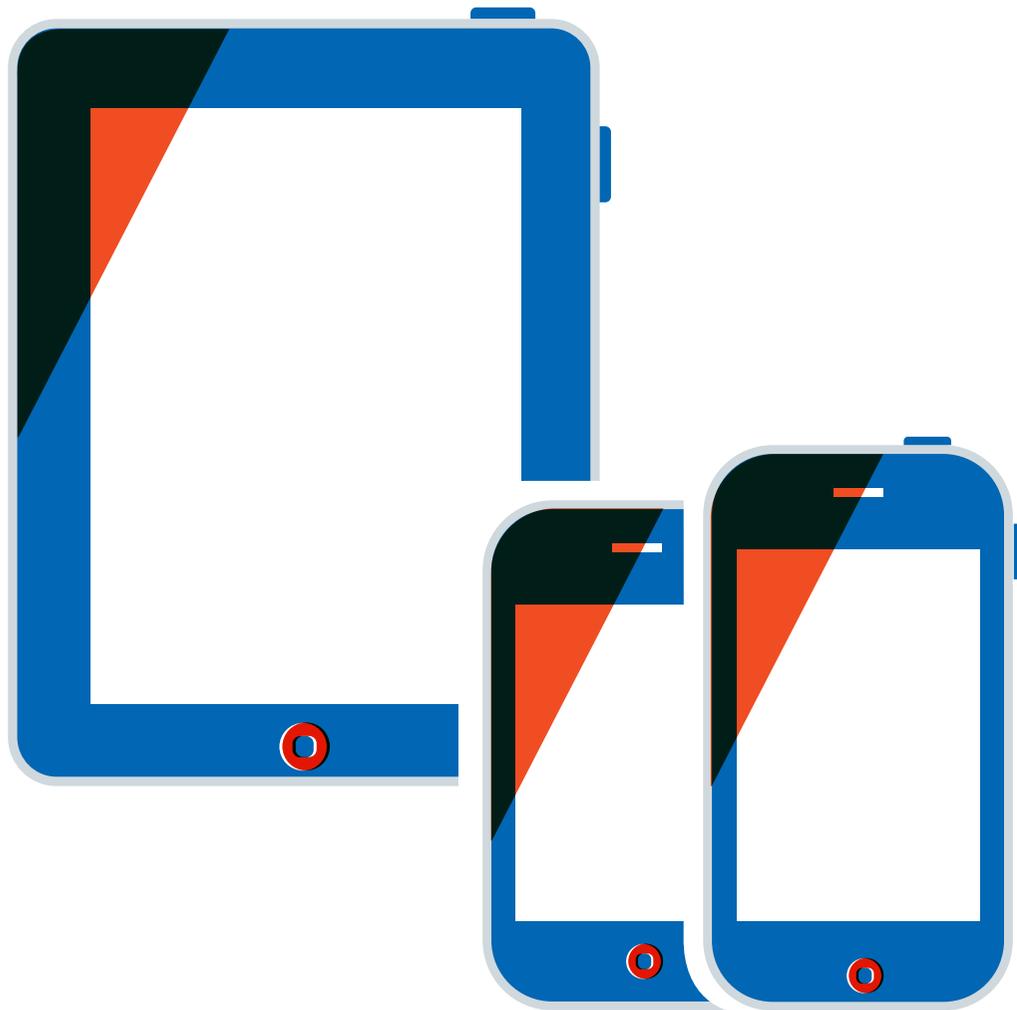
Auch personell gibt es Neuerungen: Sönke Reimers wird zum 1. August 2010 weiterer Geschäftsführer.



In der Studie „Verdammt nah dran“ untersucht der Deutsche Fachverlag die Rolle, die Fachmedien aus der Sicht der Entscheider spielen.



Mit „Snack“ startet der erste Jahreskongress für ‚Zwischendurchmahlzeiten‘ in Deutschland. Es geht um Chancen, Potenziale und Perspektiven in diesem Boommarkt.



2011

Der Fachverlag feiert seinen Gründer. 2011 wäre Wilhelm Lorch 100 Jahre alt geworden. Noch heute prägen die Leitlinien des Journalisten, Netzwerkers und Verlegers die Arbeit des Verlags: Qualitätsjournalismus auf höchstem Niveau, Zielgruppennähe durch Branchennetzwerke und Weltoffenheit mit Sinn für ein vertrauensvolles Miteinander.



Die Erstausgabe von „Recht der Finanzinstrumente“ (RdF) erscheint.



Erstmals erscheint der „unternehmensjurist“. Herausgeber ist die dfv Association Services GmbH, eine Beteiligung der dfv Mediengruppe. Der „unternehmensjurist“ ist das offizielle Mitgliedermagazin des Bundesverbandes der Unternehmensjuristen (BUJ).



Mit dem Virtuellen Supermarkt bringt die dfv Abteilung Mediadidact das erste E-Learning-Angebot des Verlages auf den Markt. Es richtet sich an Mitarbeiter des Lebensmittel Einzelhandels. Später folgen weitere erfolgreiche Portale für andere Branchen.

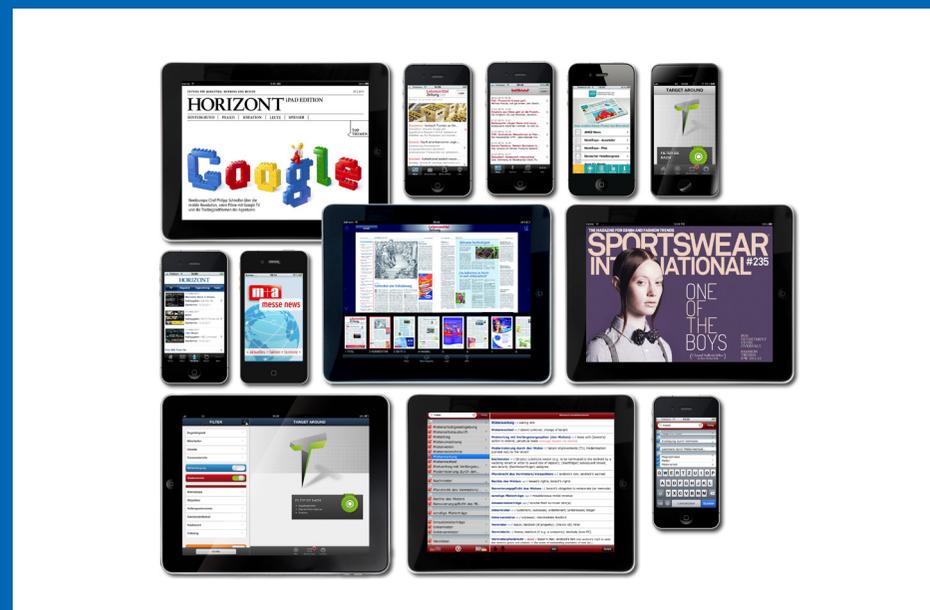


Die neue Studie „B2B-Wertewelten“ der Verlagsgruppe weist unter anderem nach, dass „Komplexitätsreduktion durch Eigenaktivität“ ein gesellschaftlicher Megatrend ist, vor dessen Hintergrund den Fachmedien eine neue Schlüsselrolle zukommt.

Die vom dfv unterhaltenen Stiftungen haben ein Stiftungsvermögen von über 4 Millionen Euro erreicht und Fördermittel in Höhe von 135.000 Euro ausgeschüttet.

Durch den Kauf des Nachbargrundstücks in der Mainzer Landstraße (Hausnummern 231, 235-237) rüstet sich der Verlag für weitere Expansionen.

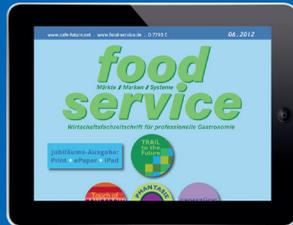
Der Umsatz des Fachverlags steigt in diesem Jahr um 5,1 Mio. Euro bzw. vier Prozent auf insgesamt 133,3 Mio. Euro. Ein wesentlicher Umsatztreiber sind die digitalen Angebote, von denen es mittlerweile über 90 gibt. Auch immer mehr mobile Services finden sich darunter, im Dezember zählen insgesamt elf Apps für Apple-Geräte zum Portfolio, sechs für das iPhone und fünf für das iPad.



Der Verlag Recht und Wirtschaft geht in seiner Muttergesellschaft auf.



Der Deutsche Fachverlag baut sein digitales Angebot weiter aus und startet ein neues Fachblog: „etailment.de“. Zuwachs bekommen auch die mobilen Angebote: Die dfv Titel, beispielsweise die „TextilWirtschaft“ und „food-service“, bringen zahlreiche neue Apps für Smartphones sowie für das iPad auf den Markt.



Im Rahmen der Paris Cookbook Fair im März wird der Matthaes Verlag als weltbesten Kochbuchverlag ausgezeichnet.

Ebenfalls im März übernimmt der dfv sechs Print- und Online-Medien der Berliner MICE AG, darunter die Praxis-Handbücher „tagungsplaner.de“ und „rahmenprogramme.de“.

Die „Nacht der Sterne“ der AHGZ Allgemeinen Hotel- und Gastronomie-Zeitung geht im Februar mit einem Weltrekord in die Geschichte ein: Noch nie waren so viele Sterneköche bei ein und derselben Veranstaltung zu Gast.



Auszeichnung für den „Virtuellen Supermarkt“: Das Online-Wissensportal wird mit dem eLearning Award in der Kategorie „Serious Gaming“ ausgezeichnet. Der Preis wird alljährlich vom eLearning Journal (Siepmann Media) vergeben.

Klaus Kottmeier, Aufsichtsratsvorsitzender des dfv, wird im Juni auf dem Kongress der Deutschen Fachpresse für sein herausragendes Engagement für die Fachmedien geehrt. Als treibende Kraft bei der Gründung des Verbandes Deutsche Fachpresse im Jahr 1992 hat Klaus Kottmeier entscheidend dazu beigetragen, dass die Fachverlage in Deutschland mit einer gemeinsamen Stimme sprechen und so in der Öffentlichkeit als wichtige Mediengattung wahrgenommen werden.

Eine weitere Premiere folgt im November: die Erstausgabe des Magazins „HotelDesign“. Es erscheint nun zweimal jährlich als Beilage der AHGZ.



Auf der internationalen Branchenmesse iba im September in München feiert die „Allgemeine BäckerZeitung“ eine Premiere: Zum ersten Mal verleiht sie den BakerMaker Award, einen Ausbildungspreis im Bäckerhandwerk.





Der Deutsche Fachverlag erweitert seine Geschäftsführung: Zum 1. Januar 2013 werden mit Peter Esser und Markus Gotta zwei weitere dfv Geschäftsführer berufen.



Euro Finance Week



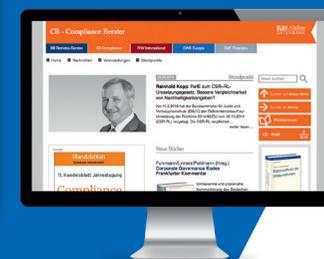
Wandsbeker Allee 1, Hamburg

Ebenfalls zum Jahreswechsel übernimmt der dfv alle Anteile an seiner Beteiligungsgesellschaft The Conference Group (TCG).

Der Deutsche Fachverlag erwirbt 100 Prozent der Anteile an der Hamburger FWW Medien-gruppe (Verlag Dieter Niedecke GmbH), dem führenden Fachmedienhaus für Touristik und Business Travel in Deutschland. Flaggschiff des Hauses ist die „fww“ als Marktführer unter den touristischen Fachzeitschriften.

Darüber hinaus beteiligt sich der Deutsche Fachverlag mit 60 Prozent an der Maleki Communications Group: Das Frankfurter Unternehmen veranstaltet hochkarätige Events im Bereich der Finanzwirtschaft; zu den bekanntesten zählt die Euro Finance Week. Mitte des Jahres kommt das neue Finanzfachmagazin „International Bankers Forum“ auf den Markt.

Zudem ergänzen drei neue Titel im Bereich Recht und Wirtschaft das dfv Portfolio: „Innovations- und Technikrecht (InTeR)“, der „Compliance Berater“ und der neue Informationsdienst für die Automobilwirtschaft: RAW. Die Abkürzung steht für „Recht - Automobil - Wirtschaft“.



Im November informiert in Berlin der etailment Summit 2.013 über Trends im Online- und Versandhandel. Mit dem Einstieg der dfv Mediengruppe bei dem bereits etablierten Kongress wird das Konzept modernisiert. So lädt zum Beispiel begleitend die neue Fachmesse etailment Expo 2.013 ein.

Um die Neu- und Weiterentwicklung der im dfv publizierten digitalen Medien voranzutreiben und die medialen Auftritte in Zusammenarbeit mit den Online-Verantwortlichen in den Redaktionen, der IT und dem Verkauf zu optimieren, kommt neu ein „Chefredakteur digitale Medienentwicklung“ an Bord des Unternehmens.

## / 2014

Mit Jahresbeginn wird aus der „Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag“ die „dfv Mediengruppe“. Der neue Name trägt der heutigen Größe und Vielfalt des Unternehmens Rechnung, das sich im Laufe seiner Geschichte zu einem breit aufgestellten Medienunternehmen entwickelt hat – mit erfolgreichen Angeboten in den Bereichen Print, Digital, Events und Services.



Gleichzeitig stellt die dfv Mediengruppe ihren modernisierten Markenauftritt vor, der ein neues Logo, einen neuen Claim und ein optimiertes Corporate Design umfasst. Die Marke „dfv Mediengruppe“ wird nun sukzessive in die Auftritte der einzelnen Bereiche, der Töchter und Mehrheitsbeteiligungen integriert. Die handelsrechtliche Firmierung des Stammhauses bleibt weiterhin „Deutscher Fachverlag GmbH“.

Seit nun 25 Jahren zeichnet die Wilhelm-Lorch-Stiftung talentierte Nachwuchskräfte der Textil- und Modebranche aus. Rund 250 Förderpreise hat sie seit ihrer Gründung vergeben.

Im Februar findet die „ZfWG – Zeitschrift für Wett- und Glücksspielrecht“ eine neue Heimat bei der dfv Mediengruppe und im Mai wird das Online-Magazin etailment als „Fachmedium des Jahres“ in der Kategorie „beste Neugründung“ ausgezeichnet. Ausgeschrieben wird der Preis von der Deutschen Fachpresse.

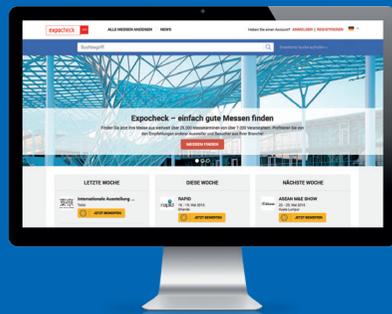


Im Juli führt die dfv Mediengruppe ein neues Modell für betriebliche Kinderbetreuung ein, das Vorbildcharakter für kleine und mittelständische Unternehmen hat. Betrieben wird die neue Einrichtung mit dem Namen „dfv Medienmäuse“ von der pme Familienservice Gruppe.

2015

Das Frankfurter Verlagshaus übernimmt die Titelrechte der Fachmedien Coating & Converting (C2) von der nimble shows & media GmbH. Nun erscheinen die Fachmagazine für die Convertingbranche „C2 Deutschland“, „C2 Europe“, „C2 Asia“ und „C2 International“ sowie das „OPE Journal“ unter dem Dach der dfv Mediengruppe. Die C2-Medien umfassen auch ein umfangreiches Online- und Veranstaltungsangebot.

Im März kauft die dfv Mediengruppe die restlichen Anteile an ihrer Beteiligung Maleki Communications Group GmbH.

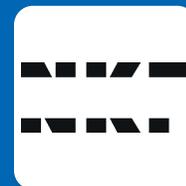


Mit „expocheck.com“ wird die erste unabhängige Bewertungsplattform für das Messegewerbe gelauncht, die dfv Mediengruppe bietet damit erstmals „User Generated Content“.

Die erste interaktive App ergänzt das dfv Portfolio: foodgenie, eine Quiz-App für den Nachwuchs im Lebensmitteleinzelhandel.

Die dfv Mediengruppe baut ihr Portfolio auch mit strategischen Beteiligungen weiter aus: Sie erwirbt Anteile an den beiden Berliner Start-ups NKF Media und ferret go. NKF Media publiziert zwei Magazine über die Start-up-Szene. ferret go bietet u. a. Software für die Inhaltsanalyse großer Textmengen.

Die Stiftung Goldener Zuckerhut feiert ihr 25-jähriges Bestehen. Insgesamt werden in diesem Jahr 100.000 Euro ausgeschüttet.



2016

In Kooperation mit verschiedenen Branchenpartnern startet „www.akademie.handel-scout.de“, das neue E-Learning-Portal für den Einzelhandel.



Die Immobilien Zeitung startet die digitale Plattform „IZ-Research“, ein Analyse- und Recherche-Toolkit für die deutsche Immobilienbranche.



retresco

Mit dem Einstieg bei Retresco treibt die dfv Mediengruppe die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen für ihre Kunden weiter voran. Das Berliner Unternehmen hat sich zu einem der führenden Anbieter für die semantische Analyse von digitalem Content und Big Data entwickelt. Nach den Minderheitsbeteiligungen an ferret go und NKF Media ist das Retresco-Engagement die erste Beteiligung, die unter dem Dach der Anfang 2016 gegründeten dfv Venture GmbH angesiedelt ist.

FRANKFURT BUSINESS MEDIA  
DER F.A.Z.-FACHVERLAG

Frankfurt Business Media (FBM), der Fachverlag der Frankfurter Allgemeine Zeitung (F.A.Z.), und die Maleki Communications Group (MCG), ein Tochterunternehmen der dfv Mediengruppe, vereinbaren eine strategische Allianz: FBM und die MCG werden zukünftig die Euro Finance Week im Rahmen einer umfassenden Kooperation gemeinsam inhaltlich ausgestalten, durchführen und vermarkten. Neu sind auch die Frankfurter Finanzplatzgespräche, eine Veranstaltungsreihe für Top-Entscheider der Frankfurter Bankenszene.



70 Jahre dfv Mediengruppe: ein Grund zum Rückblick und zum Feiern. Im September wird ein großes Fest auf dem dfv Gelände in Frankfurt veranstaltet.



Im Oktober feiert Aufsichtsratsmitglied Peter Ruß seinen 75. Geburtstag.

2017



Mit dem eLearning Award 2017 werden gleich zwei Online-Lernportale von mediadidact, dem Spezialbereich für Aus- und Weiterbildungsmedien, ausgezeichnet: handelscout Akademie und das ein Jahr zuvor gestartete hogafit konnten durch ihr Innovationspotenzial und die hohe Nutzerfreundlichkeit die Fachjury überzeugen.

Die dfv Lines entwickeln neue Newsletter-Angebote, um den Informationsbedarf ihrer Zielgruppen passgenau zu bedienen: Die AHGZ startet mit der „Gastro-Woche“, einem neuen, wöchentlichen Newsletter mit Themen rund um die Gastronomie. Die TextilWirtschaft bringt neu den englischsprachigen Newsletter THE SPIN by TextilWirtschaft heraus. Damit ist der erste Schritt zur Internationalisierung der Marke TextilWirtschaft und zur Erweiterung der Zielgruppe erfolgt. Mit gleich 6.000 Abonnent:innen startet der neue TECH-Newsletter von HORIZONT mit Themen zu Mobile-Marketing, Virtual Reality, Chatbots oder Adtech.





50 Jahre FFW Medien:  
Die Tochtergesellschaft der  
dfv Mediengruppe feiert runden  
Geburtstag.



Die 20. EURO FINANCE WEEK  
verzeichnet eine Rekordzahl  
an Teilnehmer:innen. Zum Jubi-  
läum der EFW erscheint erstmals  
das „EURO FINANCE magazin“.

Das Portfolio wächst:  
Die dfv Mediengruppe übernimmt den zuvor von der Handelsblatt Fachmedien GmbH publizierten Titel „DATENSCHUTZ-BERATER“ - in dem Jahr, indem die neue EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) in Kraft tritt.



LZ Open

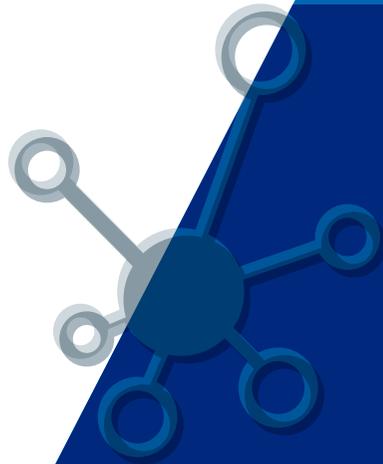
Premiere für „LZ OPEN“: Dieses neue Event von Lebensmittel Zeitung und dfv Conference Group soll – neben dem traditionellen Jahreshöhepunkt „Goldener Zuckerhut“ und den „Supermarkt Stars“ – als dritte große Veranstaltung etabliert werden.

Die European Company Lawyers Association (ECLA) und die dfv Mediengruppe gehen eine langfristige Servicepartnerschaft ein. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit wird die dfv Mediengruppe Medien-, Networking-, Association- und Lobbyingservices für die ECLA erbringen. Hierfür gründet die dfv Mediengruppe gemeinsam mit Dr. Michael Henning eine neue Servicegesellschaft mit dem Namen ECLA Association Services SPRL mit eigenem Standort in Brüssel.



Zudem baut der dfv sein internationales Fachmedienportfolio für die Verpackungs- und Konsumgüterindustrie weiter aus und übernimmt von der NZZ Fachmedien AG das speziell für den Schweizer Markt publizierte Fachmedium „PACKaktuell“.

Auch das Fachmagazin „wwt Wasserwirtschaft Wassertechnik“ gehört seit 1. Juli zum Portfolio der dfv Mediengruppe.



**dfv** Euro Finance  
Group

Seit dem 24. Mai 2018 firmiert die auf Finanzkonferenzen und Finanzkommunikation spezialisierte dfv Maleki Group als dfv Euro Finance Group GmbH. Neben der Wort-Bild-Marke dfv, welche die Nähe zur Muttergesellschaft verdeutlicht, wird damit der Titel EURO FINANCE zentraler Teil der Unternehmensmarke.

**AgroBrain**<sup>®</sup>  
by agrarzeitung

Die dfv Mediengruppe beteiligt sich an AgroBrain und bildet so eine Allianz für Karriere und Weiterbildung. Das Angebot von AgroBrain wird in der Zusammenarbeit mit der agrarzeitung weiterentwickelt und in die Website der agrarzeitung eingebunden.

Unter dem Motto „gemeinsam digital“ geht das neue dfv Intranet an den Start. Auf [inside.dfv.de](https://inside.dfv.de) stehen den Mitarbeiter:innen ganz neue Möglichkeiten der Information, Kommunikation und Zusammenarbeit zur Verfügung. Die technische Basis dafür ist Confluence, eine Software, die bereits in unterschiedlichen Verlagsbereichen erfolgreich für Projektmanagement eingesetzt wird.



**dfv** inside  
gemeinsam digital

2019



100 Jahre m+a report:  
Das führende Messemagazin der  
dfv Mediengruppe feiert runden  
Geburtstag.



Die dfv Mediengruppe ergänzt ihr  
umfangreiches Portfolio an juristi-  
schen Fachpublikationen  
um die „ZNER – Zeitschrift für  
Neues Energierecht“.



K. Kottmeier

Klaus Kottmeier, langjähriger Auf-  
sichtsratsvorsitzender der dfv Me-  
diengruppe und früherer Sprecher  
der Geschäftsführung, scheidet  
zum Ende des Jahres aus dem  
Aufsichtsrat des Unternehmens  
aus. Er wird den Gesellschaftern  
und dem Aufsichtsrat noch ein  
Jahr beratend zur Seite stehen.

/ 2020



P. Esser



S. Reimers

Peter Esser und Sönke Reimers werden zum Jahresbeginn 2020 zu gleichberechtigten Sprechern der Geschäftsführung der dfv Mediengruppe ernannt.

Ab März geht 2020 als erstes Corona-Jahr in die Geschichte ein. Eine Pandemie, die die Welt - und auch Abläufe in der dfv Mediengruppe - auf den Kopf stellt. Doch der dfv kann sich flexibel und schnell auf die Situation einstellen und digitalisiert Prozesse mit hoher Geschwindigkeit. Die laufende Einführung von Office 365 unterstützt diese Entwicklung, prägt die internen Arbeitsabläufe nachhaltig und macht agiles, bereichsübergreifendes Arbeiten einfacher.

Gerade in der Krise bewährt sich der dfv als verlässliche und unverzichtbare Informationsquelle:

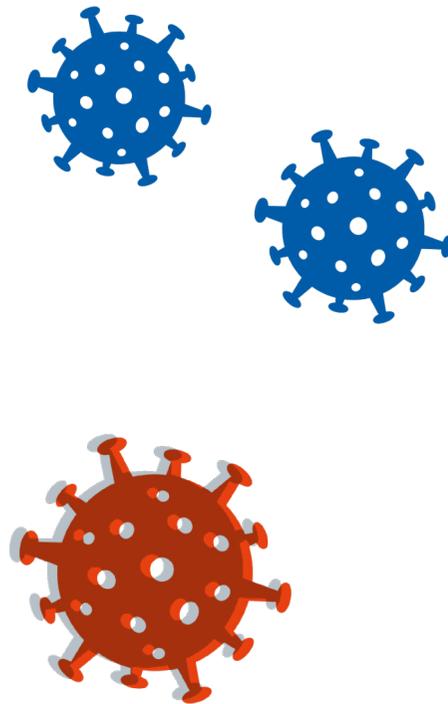


Schon ab März bietet die dfv Mediengruppe in einem wöchentlichen Dossier zum Corona-Virus die aktuellen Informationen aus elf Branchen an. Damit entsteht eine in dieser Form einmalige Zusammenfassung der wichtigsten Berichte aus den unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen.



Mit der Studie „Glaubwürdigkeit und Relevanz: Fachmedien in Zeiten von Corona“, belegt der dfv exklusiv, dass die Relevanz von Fachinformationen durch Corona angestiegen ist. Eine weitere Studie der dfv Mediengruppe untersucht das Messengeschäft in Zeiten von Corona sowie die Anpassung neuer Strategien und Kommunikationskonzepte im B2B-Geschäft.

2020



Auch die Veranstaltungen der dfv Mediengruppe passen sich der Pandemie an und werden digital oder hybrid durchgeführt. Das von der dfv Mediengruppe und der InfraCert GmbH neu entwickelte Zertifikat „Clean & Safe“ ermöglicht abseits von Lockdowns hygienisch einwandfreie und sichere Veranstaltungen. Mit allen Töchtern und allen Lines bringt die dfv Mediengruppe im Coronajahr 2020 über 100 Veranstaltungen über die (virtuelle) Bühne.



Das Thema Social Media rückt in der gesamten dfv Mediengruppe verstärkt in den Fokus. Über alle Lines hinweg gibt es bereits rund 90 Social-Media-Kanäle, die zusammen über 850.000 Follower:innen erreichen.

Für die erste digitale Frankfurter Buchmesse arbeitet ein agiles dfv Team bereichsübergreifend eine Messekampagne aus, die erstmals ausschließlich über Social Media ausgespielt wird. Als #Qualitätsmacher wird die dfv Mediengruppe als verlässlicher Partner in der Krise positioniert. Innerhalb von zwei Monaten konnten so rund 190.000 potenzielle Messebesucher erreicht werden.

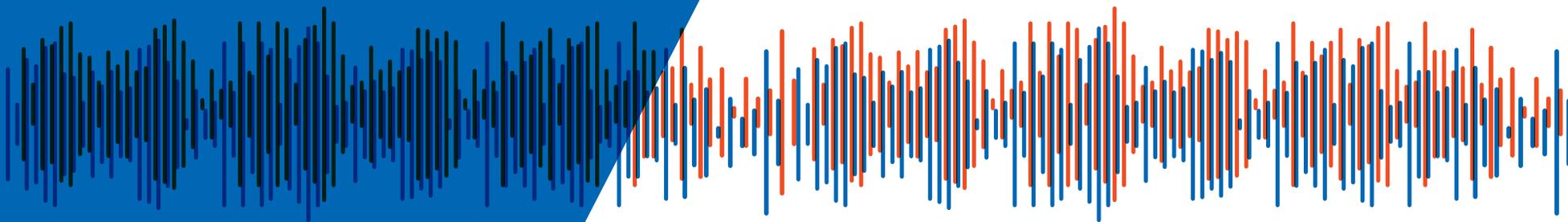
#Qualitätsmacher





Die Fachmedien Recht und Wirtschaft ergänzen ihr Portfolio um die neuen Titel „Der Sanierungsberater“ und „Der Sanierungsberater Online“. Schon im Februar erscheint die Erstausgabe von „Recht der Zahlungsdienste“ (RdZ).

Auch im Bereich der Podcasts baut der dfv sein Angebot stark aus. Allein im Jahr 2020 starten unter anderem HORIZONT, FLEISCHWIRTSCHAFT, packREPORT und dfv Making Future mit neuen Audioformaten.



2021

Die digitale Transformation der dfv Mediengruppe geht zügig voran. Mit einem Plus von über zehn Prozent (2020 verglichen mit 2019) macht das Digitalgeschäft mittlerweile rund ein Viertel des Gesamtumsatzes aus.

Mit dem Beginn des Jahres werden die Stuttgarter Geschäftsbereiche des dfv Matthaes Verlag in Frankfurt integriert. Der neue Verlagsbereich „Hotel- und Gastromedien“ entsteht, der mit gebündelter Stärke den gesamten Außer-Haus-Markt abdeckt.

## dfv Mediengruppe Hotel- und Gastromedien

Apropos Kräfte bündeln: Die führenden Fachmedien der deutschen Reisebranche, fvw und TravelTalk, erscheinen jetzt mit einem gemeinsamen Print-Magazin und Online-Auftritt.



Thomas Berner wird im Januar in die Geschäftsführung berufen und ist damit für alle kaufmännischen Belange verantwortlich.

Aufsichtsrat Peter Ruß feiert seinen 80. Geburtstag. Zusammen mit den beiden weiteren Aufsichtsratsmitgliedern Andreas Lorch und Catrin Lorch leitete er schon im Jahr zuvor den Generationswechsel in der Führung des Verlages ein.

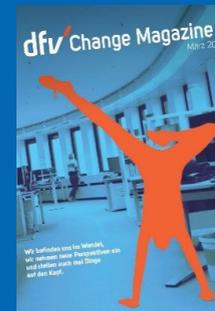




Zudem bündelt der dfv seine physischen und digitalen Lernangebote in der neuen Einheit dfv Learning Group.

**dfv** Mediengruppe  
Learning Group

Corona hat die Welt immer noch im Griff und beschleunigt bestehende Transformationsprozesse. Um diese in die richtigen Wege zu leiten, stellt sich der dfv intern neu auf und führt das Projektmanagement Office und das Transformation Office ein. Mit flachen Hierarchien, agilen Arbeitsweisen und bereichsübergreifenden Teams unterstützen die Offices die Verlagsbereiche dabei, die Chancen des Wandels gewinnbringend zu nutzen.



Wie nehmen die Mitarbeiter:innen den Wandel wahr? Im „dfv Change Magazine“ - einer Sonderedition der Mitarbeiterzeitschrift, erzählen sie, wie sehr sich Arbeit und Arbeitsweisen im vergangenen Jahr geändert haben und wie weit die dfv Mediengruppe im Transformationsprozess schon gekommen ist.



**TextilWirtschaft  
CLUBHOUSE TALK**

„Zwischen Restart und Shutdown:  
Wie geht es weiter im Modehandel?“  
Donnerstag, 18.03. um 13:00 Uhr



Social Media ist Routine – und auch wieder nicht. Immer wieder testet der dfv die Relevanz neuer Plattformen für seine Zielgruppen aus, bietet zum Beispiel früh erste Clubhouse-Talks an.



Die dfv Mediengruppe baut ihre ferret-Beteiligung aus und wird zum größten Anteilseigner des Marktführers für automatisierte Community-Lösung durch künstliche Intelligenz.



Mit dem Titel „Geldwäsche & Recht“ wächst das juristische Portfolio weiter.

Die Immobilien Zeitung und die dfv Mediengruppe gründen das Joint Venture „Career Pioneer GmbH & Co. KG“ mit Sitz in Wiesbaden. Ziel ist die gemeinsame Entwicklung und Vermarktung aller Stellenmärkte über die gesamte dfv Mediengruppe hinweg.



„Der Theaterverlag“ („Theater heute“, „Opernwelt“, „tanz“ und „Bühnentechnische Rundschau“ sowie das digitale „Das TheaterMagazin“) mit Sitz in Berlin findet im September bei Torsten Kutschke und der dfv Mediengruppe eine neue verlegerische Heimat. Mit dem Engagement erweitert der Fachverlag sein inhaltliches Spektrum um einen Bereich mit besonderer Bedeutung für das Gelingen von Bildung und Gesellschaft.





75  
Jahre

dfv Mediengruppe

75 Jahre Qualitätsjournalismus: Gemeinsam mit ihrem Gründungsobjekt der TextilWirtschaft feiert die dfv Mediengruppe ihr Jubiläum. Zahlreiche Kampagnen begleiten diesen Meilenstein, Schwerpunkt aller Aktivitäten ist im Herbst und Winter.

Viele andere Titel und Bereiche können sich den Feierlichkeiten anschließen: So werden zum Beispiel die agrarzeitung sowie der Betriebs-Berater ebenfalls 75 Jahre alt; die FLEISCHWIRTSCHAFT feiert ihr 100-jähriges Bestehen.



... to be continued.



Jahre FLEISCHWIRTSCHAFT