

Nationalvertriebe

14 Nach der Neuordnung, vor neuen Weichenstellungen?

Bewegung in der Spitzengruppe der Nationalvertriebe, Pitches um Neuaufträge und Vertriebswechsel quer durch die Auflagengrößen und Segmente: An Wettbewerb zwischen den Nationalvertrieben hat es in den vergangenen Monaten nicht gemangelt.

26 „Die Anforderungen unserer Kunden sind unsere Motivation“**30 „Premium Sales ist der ideale Partner der mittelständischen Verlage.“**

Hermann Schmidt, Geschäftsführer Vertrieb des Hamburger Jahreszeiten Verlages, über den Start des Nationalvertriebs Premium Sales Germany.

Zeitschriften

30 Ganz ohne Telefon geht's nicht

Das Gesetz zur Bekämpfung unerlaubter Telefonwerbung hat im Sommer 2009 die Bedingungen für das telefonische Abo-Marketing verschärft. Welche Effekte haben die neuen Restriktionen für die Marketingstrategie der großen Verlage?

32 Echt wohnlich**34 Effektive Wahlwerbung**

Der Aufwand hat sich gelohnt: STERN, SPIEGEL, ZEIT und FTD konnten durch den gemeinsamen Auftritt im Vorfeld der letzten Bundestagswahl kräftig zulegen

Zeitungen

38 „Vermuten war gestern – Wissen ist heute“

Die Werbung neuer Abonnements wird durch Gesetzesnovellen und zunehmend fragmentierte Zielgruppen zu einer immer anspruchsvolleren Dienstleistung. Zeitungsverlage benötigen dafür kompetente Partner. Führende Marktteilnehmer raten zu mehr fundierter Detailarbeit.

40 Im Dreiklang den Absatz fördern

Gutscheinhefte haben sich bei Zeitungen zu wichtigen Instrumenten der Kundenbindung entwickelt. Über die Mehrverkäufe hinaus fördern sie aber auch die Zusammenarbeit zwischen Verlagen, Grossisten und dem Handel.

42 Mehr Power für die ‚Rote Gruppe‘

Eine starke Präsenz für starke Titel – das ist das Ziel des strukturierten Vertriebsmarketings, mit dem Springer die Marktpositionen seiner Objekte festigen und ausbauen will. Über Erfolge und Ziele sprach dnv mit BILD-Verlagsgeschäftsführer Torsten Brandt.

44 Erfolgreiche Kampagne

Logistik · Technik · Service

46 Spät rein in die Krise und heil wieder raus?

Die geringere Wirtschaftsleistung in Deutschland hat sich 2009 nicht negativ auf die Geschäfte der Inkasso-Unternehmen ausgewirkt. Obwohl noch nicht klar ist, wie sich die heimische Wirtschaft im zweiten Folgejahr der Finanz- und Wirtschaftskrise entwickelt, überwiegen die optimistischen Prognosen der Forderungsmanager.

26 „Die Anforderungen unserer Kunden sind unsere Motivation“

Lars-Henning Patzke, Geschäftsführer der DPV-Units Network und Worldwide über neue erstarkte Wettbewerber, das Grosso-System, qualifizierte Mitarbeiter und massiv gewachsene Herausforderungen im presseführenden Einzelhandel.

**32****Echt wohnlich**

„Wir können es besser“ befand Julia Jäkel, Verlagsgeschäftsführerin bei G+J Exclusive & Living – und holte für SCHÖNER WOHNEN im Jahr des 50. Jubiläums den neuen Chefredakteur Stephan Schäfer an Bord.

Foto: Schöner Wohnen/Jeanette Schaub

**44****Erfolgreiche Kampagne**

Mit einer konzertierten Marketingaktion unterstützten die Grossisten Presse-Vertrieb Dresden, Mercura Pressegroßhandel Mietke, MPV Mitteldeutscher Presse Vertrieb und Pressevertrieb Leipzig die Einführung der zwei zusätzlichen sächsischen Regionalseiten der ZEIT.

54 Großprojekt mit Folgen**58 Kollisionen vermeiden**

Wer eine Titelanmeldung plant, sollte im Vorfeld prüfen, ob nicht bereits ältere Rechte an der Bezeichnung bestehen. Jörg Utescher, Geschäftsführer SMD-Markeur, gibt Recherchetipps und zeigt Fallstricke auf.

62 Das Ende der Telefonwerbung?

Die Folgen der aktuellen Gesetzesänderung für das Telefon-Direktmarketing (B2C) erklärt Dr. Antonio Offenhausen, Rechtsanwalt in der Kanzlei Knorz.Schütz.Lawyers.

Bücher & Non-Press**66 Schöne Geschichte**

Der Münchner Bucher Verlag hat sein Programmprofil geschärft und legt den Fokus fortan auf das Thema Geschichte. Munter-lehrreiche Heimatkunde und reich bebilderte Biographien gehören zum neuen Portfolio.

68 Comic de luxe

Simpson-Stories als hochwertige Faksimile-Ausgabe, Graphic Novels und Kinderklassiker in der Pop-Up-Variante: Der Münchner Bildband-Verlag Knesebeck geht neue Wege.

Handel**78 Gut im Geschäft**

Lekkerland wird 50. Gefeiert wird das ganze Jahr hindurch – u.a. mit einer breiten Aktions-Offensive für die Kunden im Einzelhandel. Denn im Fokus der Frechener steht die Steigerung des Shopumsatzes.

81 Pressevertrieb Saar: Neue Präsentation, neue Umsatzerfolge**82 Kompetenter Nachwuchs für den Point of Sale**

Das Beispiel ‚Presse und Pressevertrieb an Gewerbeschulen‘ des Hamburger Grossisten Buch und Presse.

84 Bahnhofsbuchhandel**85 Presse-Grosso****88 Lesezirkel****Rubriken****3 Editorial****6 News****72 Jobs & Careers****76 Farewell, Olaf Kleinlanghorst****90 Service/Impressum****91 Vorschau****54****Großprojekt mit Folgen**

Die Strecke zwischen Valoras Hauptsitz in Muttenz bei Basel und der neuen Logistik-Zentrale ist nicht weit. Doch für das Schweizer Handelsunternehmen spart der Umzug der Logistik in das rund 35 Kilometer südöstlich gelegene Egerkingen Millionen Franken.

76**Farewell, Olaf Kleinlanghorst**

Nachfolger Markus Gries (siehe Seite 12) und langjährige Freunde und Wegbegleiter ehren den Verlagsleiter des Delius Klasing Verlags.

**Swiss Made**

Media Data Services AG
MDS

Hobacherweg 2, CH-6010 Kriens
Tel. +41 41 329 22 22
Fax +41 41 329 22 04
E-mail: info@mds-media.ch
www.mds-media.ch
www.leserservice.ch
www.abo-service.at

MDS ist eine Tochtergesellschaft
der Swiss Post International AG

**Know-how.**

Verlags-Management Schweiz / Österreich

Aboverwaltung Kompetenz. Langjährige Erfahrung. Flexibilität.

Abo-Versand

Merchandising Mit uns sind Sie in der Schweiz und Österreich noch erfolgreicher, weil wir die Eigenheiten Ihrer Abonnenten aus dem Effeff kennen!

Up-Cross-Selling

Abo-Gewinnung

Dialogmarketing

Onlinemarketing

Fordern Sie noch heute unsere Unterlagen an.

