

## Zeitschriften

**10 Ein Siegel für die Umsatzbringer**

Die Bauer Vertriebs KG startet mit dem Top 100 Titel-Siegel eine Aktion, um die Stützen des Sortiments Zeitschriften weiter voranzubringen.

**14 Gute Performance in Pflicht und Kür****16 Empfehlungsmarketing von Abonentinnen**

EMOTION setzt auf Mehrwert – und Word of Mouth-Marketing: Empfehlungen von echten Leserinnen und geldwerte Vorteile sollen die Abozahlen langsam, aber kontinuierlich steigen lassen.

**18 Nun auch mit elektrischem Rückenwind**

Fahrradfahren wird in Deutschland immer beliebter. Auch die Verlage von Fahrradzeitschriften können sich über vergleichsweise robuste Absatzzahlen freuen.

## Zeitungen

**22 Print bleibt zukunftsfähig**

Die VDI NACHRICHTEN sind so krisenfest wie der Ingenieursberuf: Die Wochenzeitung hat noch genau so viele Leser wie vor zehn Jahren – denn ein Großteil von ihnen sind Verbandsmitglieder. Und die verlangen trotz Technik-Affinität weiter nach gedrucktem Papier.

## Logistik · Technik · Service

**26 Mehr Nähe zum Kunden**

Selber machen statt auszulagern, war die Idee hinter der Gründung der Quality Service GmbH (QS) als Tochter des Spiegel-Verlags. Die QS-Geschäftsführer Britta Booms und Thomas Hass erläutern Entwicklung und Erfolge des Abo-Dienstleisters.

**29 Burda Direct sagt Bonjour**

## Bücher &amp; Non-Press

**32 Sisyphe zum Trotz**

Wie lässt sich eine ausreichende Sortimentsbreite für Romane und Rätsel sichern, ohne den Einzelhandel zu überfrachten? Frühremission lässt grüßen! Verlage und Grossisten über komplexe Arbeiten und vielversprechende Lösungsansätze.

## Handel

**38 Standpunkt****40 Presse-Grosso****42 Bahnhofsbuchhandel****43 Lesezirkel****44 BMD/AGA**

## Rubriken

**4 News****37 Jobs & Careers****38 Standpunkt****46 Service/Impressum****47 Vorschau**

14

**Gute Performance in Pflicht und Kür**

Steigende Auflagen bei COSMO, JOY und SHAPE: MVG-Chefin Waltraut von Mengden über klassisches P.o.S.-Marketing und neue Kooperationen.



29

**Burda Direct sagt Bonjour**

Jürgen Sieglösch, Geschäftsführer von Burda Direct (li.) und Sandro Fiorilli, Geschäftsführer Burda Direct France, erläutern, was sich die Burda Direct Group von ihrer französischen Auslandstochter verspricht.



38

**Standpunkt**

Mit seinem überaus engagierten Meinungsbeitrag *Streit ums Grosso: Das Ende der Pressevielfalt?* eröffnet Hermann Schmidt, Geschäftsführer des Jahreszeiten Verlags, in der neuen dnv-Rubrik **Standpunkt** die Diskussion über die Perspektiven der deutschen Verlags- und Vertriebszene.