Sally-Rückblick

12 Soiree zur Verleihung der Sally 2013

Zeitschriften

16 Auf der Jagd nach dem nächsten Trend
Die Auflagenbewegungen der Kinder- und Jugendzeitschriften als volatil zu charakterisieren, wäre untertrieben. Doch anders als in vielen anderen Marktsegmenten gelingen den Verlagen im Kindermarkt noch echte Verkaufsschlager. Der Jugendmarkt aber schwächelt.

22 Vor allem Landmagazine wachsen

24 Food-Magazine wachsen gegen den Trend
Mehr als jeder zehnte Deutsche isst kein oder kaum Fleisch. Für Vegetarier-Zeitschriften eine potenziell riesige Leserschaft, die bis vor kurzem kaum Zielgruppen gerechte Zeitschriftenkost vorgesetzt bekam. Mit Siebenmeilenstiefeln sind Verlage aktuell dabei, diese Lücke mit Newcomern speziell für Vegetarier zu schließen.

Zeitungen

30 Das Image polieren – und Geld verdienen
Immer mehr Zeitungen nutzen ihre redaktionelle Kompetenz für eigene Konferenzen und Events. Aus betriebswirtschaftlicher Perspektive variieren diese von der Investition bis hin zum sponsorengetriebenen Erlösmodell. Eines aber haben sie alle gemeinsam: Sie zahlen in die Marke ein.

32 HANDELSBLATT trotzt dem Trend
Die überregionalen Zeitungen verlieren weiterhin deutlich am Kiosk und begrenzen die Verluste bei den Abonnements. Lediglich ein Marktteilnehmer kann in beiden Vertriebskanälen hinzugewinnen.

Logistik · Technik · Service

36 Wie Verlage den E-Postbrief einsetzen
Seit drei Jahren ist der E-Postbrief der Deutschen Post auf dem Markt. Rund um das Kernprodukt sind weitere Services entstanden, die auch in Verlagen zum Einsatz kommen.

Bücher & Non-Press

40 Die Kunst der Begrenzung

48 Bahnhofsbuchhandel

50 Presse-Grosso

54 BMD/AGA

56 Lesezirkel

Rubriken

4 News

8 Cover des Monats

46 Jobs & Careers

58 Service/Impressum

59 Vorschau

12

Richard Precht erhält den AMV Sales Award Sally 2013

Ein festlicher Rahmen, ein ebenso scharfzüngiger wie geistreicher Preisträger und ein prominenter Laudator: Die Verleihung der Sally 2013 war erneut ein voller Erfolg.

22

Vor allem Landmagazine wachsen

Die Verkaufsauflagen der Zeitschriften sind im zweiten Quartal 2013 wiederum zurückgegangen, meldet die IVW. Aufsteiger gibt es aber auch, etwa im People-Segment.

40

Die Kunst der Begrenzung

Immer mehr Buchverlage legen Hand an ihre Programmvorschauen, um Kosten zu sparen und Buchhändler nicht mit Werbeinfos zu überfrachten. Im Trend liegen hingegen imageorientierte B2B-Magazine, die einen Blick hinter die Verlagskulissen erlauben.