Internationale Presse

18 Mehr Nutzwert bieten

22 Lieferkette in Gefahr
Linda Ruth, die Chefin des US-Beratungsunternehmens PSCS über den US-Magazinmarkt

25 „Die Chancen überwiegen"
Im rückläufigen Markt für internationale Presse ordnen sich derzeit die Vertriebsstrukturen in vielen Ländern neu. Interview mit Michael Cedzich

27 Saarbach-Akquisition: IPS positioniert sich für schrumpfende Märkte
Luciano Stulin, Director Business Development bei IPS, im Gespäch über die Geschäftsübernahme des Presseimporteurs W. E. Saarbach durch die IPS-Gruppe

Zeitschriften

28 Weltweit neue Leser gewinnen

30 Impulse für das Direktgeschäft
Auf dem 6. VDZ Direct Marketing Summit erhielten 200 Teilnehmer Anregungen für Kundengewinnung und bindung.

33 Traditionsverankert und zukunftsorientiert
Die Leser von WILD UND HUND bilden eine exklusive, traditionsverbundene Zielgruppe. Gleichwohl beschreitet das Magazin beherzt den Weg in die digitale Zukunft.

38 Zwischen Idealismus und Businessplan
Auf der ersten Indiecon diskutierten Zeitschriftenmacher über Inhalte, Design, Finanzen und Vertrieb.

Zeitungen

42 Wissen, wo der Leser wohnt
Axel Springer Vertriebsservice ist es durch die Einführung von SÖZCÜ gelungen, den Markt für türkische Tageszeitungen in Deutschland auszuweiten.

Logistik · Technik · Service

46 Die Zustellung wird wichtiger
DG Press Service hat sich auf grenzüberschreitende Transporte und Zustelldienstleistungen für Medienunternehmen aus dem In- und Ausland spezialisiert.

Bücher & Non-Press

50 Finnland: Coolness im Rampenlicht
Finnland ist Ehrengast der Frankfurter Buchmesse.

52 Vom Flohmarkt zum Vertriebsunternehmen
Der Comic-Vertrieb PPM versorgt Händler in ganz Deutschland exklusiv mit den Werken von Cross Cult, dem Avant-Verlag und anderen.

Handel

56 Presse-Grosso

59 Bahnhofsbuchhandel

BRINGING THE WORLD OF PRESS DISTRIBUTION TOGETHER

DISTRIPRESS

18

Mehr Nutzwert bieten

Distripress ist die einzige Interessensvertretung für die internationale Presse-Vertriebsbranche. Doch rückläufige Branchenumsätze und die daraus resultierend schrumpfende Anzahl von Mitgliedern werfen die Frage der langfristigen Zukunft der Organisation auf. Auf dem Congress, vom **29. September bis 2. Oktober in Cannes** wird mit dem Distripress Circulation Monitor (DCM) ein neues Projekt vorgestellt, das nicht nur das Wissen um Vertrieb steigern, sondern auch den Mehrwert der Mitgliedschaft erhöhen soll.

28

© Klaus Knuffmann

Weltweit neue Leser gewinnen

Auf dem 6. VDZ Direct Marketing Summit in Hamburg gehörte Marina Haydn, Circulation und Marketing Director von THE ECONOMIST zu den Top-Speakern. Im Interview erklärt sie, wie der ECONOMIST mit digitalem Marketing weltweit neue Leser gewinnt.

60 BMD/AGA

61 Lesezirkel

Rubriken

4 News

14 Cover des Monats

54 Jobs & Careers

62 Service/Impressum

63 Vorschau

Diese Ausgabe des dnv enthält eine Beilage der ZV Zeitungs-Verlag Service GmbH, Berlin. Wir bitten um Beachtung!

Titelfoto: © Distripress, Zürich