



## Titelthema **16**

### Schlagzeile zeigen – mehr verkaufen!

Michael Fischer, Geschäftsführer der Nationalvertriebsunternehmen Sales Impact und Newspaper Impact, Unternehmen der Axel Springer SE, über die zunehmende Bedeutung der Visibility des Sortiments Zeitungen.

## News

- 6 V. V. Vertriebsvereinigung, Berlin, stellt Grosso-Betrieb Ende 2017 ein
- 6 Erfolg für den Jubiläums-Spiegel
- 7 stella distribution übernimmt Einzelverkauf der DAZ-Titel
- 7 Felix Wahlich ist neuer APV-Sprecher
- 8 Stern erhöht Verkaufspreis
- 9 Deutsche Post  
Dr. Ralph Wiechers ist Senior Vice President Dialogmarketing & Presse
- 11 Umfrage: Verlage wollen in Video-Inhalte und Leserfinanzierung investieren

Titelbild: Sales Impact GmbH & Co. KG

## NATIONALVERTRIEBE

### 16 Schlagzeile zeigen – mehr verkaufen!

### 20 Ruhe nach dem Sturm?

2016 brachte den Nationalvertrieben tiefgreifende Veränderungen. Wie geht es 2017 weiter? Eine Umfrage unter ND-Protagonisten.

## ZEITSCHRIFTEN

### 26 Print erobert die Thermomix-Community

Interview mit Astrid Hamer, Publisher Col ‚Food‘ bei G+J

### 30 Erfolg im Klötzchendesign

Mit zwei weiteren Magazinen zu Helden aus der Lego-Welt will Blue Ocean Entertainment die Reihe seiner gut gehenden Kinderzeitschriften erweitern.

## FACHPRESSE

### 32 News aus der Branche

## ZEITUNGEN

### 34 Positive Botschaft in unsicheren Zeiten

Die neue Redaktionsspitze im Digitalgeschäft der Süddeutschen Zeitung im Interview.

34

## Positive Botschaft in unsicheren Zeiten

Die Süddeutsche Zeitung verdient mit ihrem digitalen Geschäftsmodell offenbar sehr gut. Das sagen zumindest Stefan Plöching und Julia Bönisch, seit Anfang Januar neue Redaktionsspitze von SZ.de. Was die Nachrichtenseite so erfolgreich macht und vor welchen Herausforderungen sie 2017 steht, erklären sie im Interview.



### LOGISTIK / TECHNIK / SERVICE

#### 42 Robust, aber im Wandel

Die Ehastra 2016 bescheinigt dem deutschen Presseverkaufsstellennetz immer noch eine hohe Dichte, auch wenn die Zahl der Pressehändler erneut leicht gesunken ist.

#### 46 Denkfabrik für Verlagslogistiker

Das Postgeschäft ist für Zeitungsverlage ein Wachstumsmarkt. DNV-Interview mit Andreas Erzkamp und Mirko Grumich von LVZ Logistik in Leipzig

### BÜCHER & NON-PRESS

#### 48 Umsatzstarker Endspurt

Die umsatzstärksten Monate im stationären Buchhandel sind die Monate September bis Dezember. Besonders ertragreich wird das Weihnachtsgeschäft, wenn große Bestseller in den Handel kommen.

#### 50 Royaler Glanz in Buchreihe

Die Bauer Media Group und Michael Imhof Verlag starten die Neue Post-Buchreihe. Interview mit Ingo Klinge, Verlagsgeschäftsführer Bauer Media Group.

### HANDEL

#### 56 Bahnhofsbuchhandel

Interview mit dem neugewählten VDBB-Vorstand

#### 60 Presse-Grosso

#### 62 Bundesverband Abonnement

#### 65 Lesezirkel

### RUBRIKEN

#### 3 Editorial

#### 12 Cover des Monats

#### 52 Jobs & Careers

#### 66 Service / Impressum

#### 67 Vorschau

26

## Print erobert die Thermomix-Community

Die Food-Zeitschriften zum Thermomix können auf eine Zielgruppe setzen, die sich auf sozialen Netzwerken zu ihren Lieblingsrezepten austauscht. Astrid Hamer, Publisher Col ‚Food‘ bei Gruner + Jahr, erklärt, wie Essen & Trinken mit Thermomix diese Community für sich gewinnen will.

