



© TITELBILD BURDA LIFE

Titelthema 14

„Ich mache mir Sorgen um die Situation am PoS“

Kay Labinsky, Geschäftsführer von BurdaLife in Offenburg, ist davon überzeugt, dass Zeitschriften im Wettbewerb mit digitalen Medien bestehen können. Gerade im Frauenmarkt sieht er auch für neue Titel gute Chancen. Zugleich mahnt er Reformen im Vertrieb an.

ZEITSCHRIFTEN

- 14** „Ich mache mir Sorgen um die Situation am PoS“
Interview mit Kay Labinsky, Geschäftsführer von Burda Life, über das Segment der Frauenzeitschriften.
- 18** „Wer mutig agiert, wird Erfolg haben“
Andreas Klinkmann, Gesamtvertriebsleiter Funke Zeitschriften, im Gespräch mit DNV.
- 19** Die Marktführerschaft halten
Die Frauenzeitschrift *meins* wird fünf Jahre alt. Verlagsleiterin Ilka Clarke spricht über die Auflagenentwicklung, die Zielgruppe sowie Aktionen für Leser und Händler.

ZEITSCHRIFTEN

- 20** Frauenzeitschriften in der Segment-Analyse
Die Absatzentwicklung der Publikumszeitschriften ist überwiegend rückläufig. Allerdings trotzen einige Frauen- und Unterhaltungsmagazine erfolgreich dem Trend.
- 26** Sport-Newcomer bewähren sich
Die Magazine *SUP Board*, *Bike Bild* und *EMTB* treffen bei Sportinteressierten einen Nerv. Auch andere Newcomer dieses Segments sind im Markt erfolgreich.
- 30** Kinder lieben gedruckte Zeitschriften immer noch
Die jüngste Kinder-Medien-Studie zeigt: Kinder lesen viel und bevorzugen Printmedien vor digitalen Unterhaltungsmöglichkeiten.
- 34** Von der Kunst, Leser mit dem Cover zu überzeugen
Über den Erfolg einer Zeitschriftenausgabe im Handel entscheidet vor allem das Titelbild. Zwei Frauenmagazine erläutern die Kunst der Covergestaltung.
- 36** „Buchhandel sollte die Chance nutzen“
Karin Trommer, Vertriebsleiterin von *mare*, über erfolgreiche Geburtstags-Promotion, den Platz für Presse im Sortimentsbuchhandel und den genius loci Hamburgs.

News

- 6** Funke geht auf Einkaufstour
- 7** Neuer Vertriebsdienstleister On Spot geht an den Start
- 8** Till Völzke macht sich selbstständig
- 9** Großbritannien: Neuer Zustellservice „Deliver My Newspaper“ gestartet

30

Kinder lieben gedruckte Zeitschriften immer noch

Zeitschriften und Comics sind die einzigen Non-Food-Produkte, für die viele Heranwachsende ihr Taschengeld ausgeben. Die Kinder-Medien-Studie von sechs Verlagen zeigt, dass in der Kindheit viel gelesen wird und digitale Unterhaltungsmöglichkeiten noch nicht im Vordergrund stehen.



FACHPRESSE

- 38** Wenn das Abo-Geschäft brummt
Die deutsche Imkerei wächst und wandelt sich. Das hat positive Auswirkungen auf Fachzeitschriften dieses Themenfeldes, wie die jüngsten Verkaufszahlen zeigen.

ZEITUNGEN

- 40** Das Erfolgsrezept hybride Paywall
Das hybride Bezahlmodell *der Zeit* scheint zu funktionieren. Durch dieses positive Ergebnis eröffnen sich auch neue Möglichkeiten im Abo-Marketing.

LOGISTIK / TECHNIK / SERVICE

- 42** Auf dem Weg zum Break-Even
Zuerst kam bei sharemagazines die Content-Akquise und der Aufbau von Vertriebskooperationen. Nun folgt die Kundenakquise.

BÜCHER & NON-PRESS

- 46** Vom Onlinehandel zur Offline-Buchhandlung
Seit November 2015 betreibt Amazon auch stationäre Buchhandlungen. DNV wirft einen Blick in den Bookstore am Columbus Circle in New York.

HANDEL

- 58** Presse-Grosso
- 60** Lesezirkel
- 62** Bundesverband Abonnement
- 64** Bahnhofsbuchhandel

RUBRIKEN

- 3** Editorial
- 50** Jobs & Careers
- 54** Events: DSS-Sommerfest
- 66** Service / Impressum
- 67** Vorschau

Interview 42



Auf dem Weg zum Break-Even

Seit Anfang 2014 ist sharemagazines auf dem Markt. Nachdem der digitale Lesezirkel seinen Fokus in den ersten Jahren auf die Content-Akquise und den Aufbau von Vertriebskooperationen gelegt hat, wollen die Gründer in der Kundenakquise voll durchstarten.