

BMD/AGA

14 Mehr Transparenz und Demokratie wagen**22 Vertreterwerbung mit Potenzial**

Als „noch zufriedenstellend“ bewertet Michael Becker, 1. Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Abonnentenwerbung (AGA) e.V., das zurückliegende Jahr. Die gesetzlichen Änderungen können zu einer Neugewichtung in der Kundengewinnung führen – weg vom Telefon, hin zum persönlichen Kontakt.

24 Auf vielen Wegen zum Abonnement

Die Projektgruppensprecher im Pressemarkt Vertrieb Hermann Schmidt und Michael Fischer rufen Verlage und Handel dazu auf, ein gemeinsames Regelwerk für den Vertriebsweg Abonnement zu finden.

26 SEPA kommt – Die Abo-Haltbarkeiten sind in Gefahr

Ludwig von Jagow, Geschäftsführer Vertrieb im VDZ, über mögliche Zeitpläne zur Umstellung des Lastschriftverfahrens und wie das Procedere bewerkstelligt werden kann, ohne Abobestände zu gefährden.

30 Öffnung in Richtung Handel**32 Kundennähe entscheidet**

Enger Kontakt zum Kunden – das ist die wichtigste Zutat im Erfolgsrezept der Versicherungsagentur Klambt & Endres. Verbunden mit hoher Beratungsqualität, bietet er nach Meinung von Geschäftsführer Dzevad Buzimik auch für die Zukunft beste Wachstumsvoraussetzungen

34 Die berechnete Wettbewerbsrechtliche Abmahnung: Was tun?

Rechtsanwalt Dr. Johannes Knorz zeigt auf, wie viele Alternativen bestehen, um auch bei einer berechtigten Abmahnung eine strafbewehrte Unterlassungserklärung zu vermeiden.

Zeitschriften

40 Print bleibt die Basis**44 Geringe Ausbeute für Printmedien**

Mit drei Medaillen zählte der Focus Verlag zu den Gewinnern bei der diesjährigen Vergabe des Deutschen Dialogmarketing Preises (ddp). Eine Auszeichnung errang auch der Carlsen-Verlag. Doch ansonsten zeigten die Printmedien wenig Präsenz beim ddp.

47 2. VDZ Dialogmarketing-Tag ante Portas

Ludwig von Jagow, Geschäftsführer Vertrieb im VDZ, erläutert, warum Abo- und Verlagsverantwortliche sich den 25. und 26. August für die Veranstaltung in Hamburg vormerken sollten.

48 Neue Magazinprojekte in der Pipeline

Panini bringt in den nächsten Monaten gleich mehrere neue Lizenzthemen ins Presseregale.

50 Ponies in Pastell

Mit dem Lizenzthema Filly hat Blue Ocean die Herzen kleiner Pferdeliebhaberinnen im Galopp erobert und erhöht nun selbstbewusst Copypreis und Druckauflage.



14

Mehr Transparenz und Demokratie wagen

Reformiert an Haupt und Gliedern blickt die Spitze des Bundesverbandes der Medien- und Dienstleistungshändler (BMD), Präsident Andreas Nick (links) und sein Stellvertreter Hans Schneider, nicht unzufrieden auf das Jahr 2009 zurück.

Öffnung in Richtung Handel

Fernando Carro, CEO der Direct Group, Bertelsmann, ist überzeugt, dass die Öffnung des Clubgeschäfts und der weitere Ausbau des Dienstleistungsangebotes helfen werden, um wieder in die Wachstumszone zu kommen.



30

**Print bleibt die Basis**

Stabile Auflagen – aber nicht um jeden Preis: Auch im Segment der Programmzeitschriften schauen die Verlage verstärkt auf die Rendite. Zugleich gewinnt das Abonnement angesichts sinkender Anzeigenerlöse als zentrale Ertragsssäule weiter an Bedeutung.

40

Zeitungen

54 Parcours zu neuen Stammlesern

Die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Abo-Werbung haben sich verschärft. Daher müssen Zeitungsverlage in ihrem wichtigsten Vertriebskanal noch mehr Sorgfalt walten lassen – und neue Wege gehen.

56 Raus aus der Komfortzone

Logistik · Technik · Service

58 Niemals ruhende Betriebe suchen wache Einsteiger**60 Auf sicherer Datenbasis**

Durch den Einsatz von Database Marketing lassen sich Kündigungen vermeiden und zusätzliche Erlöse generieren – ein Fallbeispiel.

Bücher & Non-Press

64 Gute Partnerschaft will gepflegt sein

Sousan Nazarian, Marketingleiterin des Hamburger Cora Verlags, über erfolgreiche Maßnahmen zur Remissions-senkung, wertvollen Meinungsaustausch mit dem Grosso und eine neue Markenstrategie.

Handel

70 Marketing zum 40. Jubiläum**72 Licht und Schatten im Lebensmitteleinzelhandel**

Der deutsche Lebensmittelhandel konnte seinen Umsatz 2009 nur leicht steigern. Der Marktanteil der 30 umsatzstärksten Einzelhändler liegt aktuell bei 97,5 Prozent.

76 Bahnhofsbuchhandel**80 Presse-Grosso****84 Lesezirkel**

Rubriken

3 Editorial**6 News****11 Standpunkt: Werner Schiessl**

Beteiligte und herrsche – Verlage-Grosso als Modell?

68 Jobs & Careers**85 Service/Impressum****86 Vorschau**

56

Raus aus der Komfortzone

Mit einer neuen Optik will das HAMBURGER ABENDBLATT neue Lesergruppen ansprechen. Norddeutschlands größte Regionalzeitung ist zudem Vorreiter bei Paid Content.



58

Niemals ruhende Betriebe suchen wache Einsteiger

Mitte April präsentierte sich die Logistik-Branche mit den Tag der Logistik Tausenden von Besuchern. Auch Unternehmen aus der Pressevertriebsbranche stellten sich vor.

Marketing zum 40. Jubiläum

Anfang April feierte das Grosso-Unternehmen Buch und Presse sein 40-jähriges Bestehen. Im Mittelpunkt standen Zeitungen und Zeitschriften.



70

Täglich aktuelle News!
www.dnnv-online.net