

## Lesezirkel

**12 Bedeckt mit Aussicht auf Aufheiterungen****16 Stabil in stürmischer Zeit**

Angesichts herausfordernder Rahmenbedingungen im Krisenjahr 2009 präsentiert sich die Lesezirkelbranche robust und generiert steigende Reichweiten.

**18 Messe-Marketing im Wandel**

Messe-Auftritte zählen für viele Lesezirkel noch immer zu den bedeutendsten Wegen der Abonentengewinnung. Doch das Aufkommen dieses Werbewegs sinkt. Einige LZ-Unternehmen setzen nun auf Dienstleister.

**20 Im Zeichen des Storchs****24 Ohne Umschlag geht es nicht**

Erst der Umschlag macht aus einer Zeitschrift ein Lesezirkel-exemplar. Auftraggeber und Druckereien sind sich einig, dass sowohl das Qualitäts- als auch das Kostenbewusstsein gestiegen sind.

**26 Im Lesezirkel ausgebildet**

Die ersten Ausbildungen zum Servicefahrer, die 2006 im Lesezirkel begannen, sind mittlerweile abgeschlossen. Filialleiter aus dem Leserkreis Daheim und der Inhaber des Lesezirkels Nagel berichten über ihre Erfahrungen als Lehrbetrieb.

**28 Die Trendwende im Visier**

Das Anzeigengeschäft der Publikumsverlage hat aktuellen Zahlen zufolge wieder Fahrt aufgenommen. Ganz so positiv fallen die Einschätzungen zweier Spezialmittler derzeit nicht aus. Gleichwohl zeigen sie sich von der Angebotsvielfalt und Leistungsstärke ihres Mediums überzeugt.

## Zeitschriften

**30 Pläne für den Markt von morgen**

Volles Programm auf allen Kanälen: TV-Zeitschriften haben in Sachen e-Publishing die Nase vorn. Sie versorgen ihre technikaffinen Zielgruppen schon lange über digitale Kanäle – doch selbst hier stellen Trends wie On demand-TV und der Boom mobiler Medien die Entscheidung vor neue Herausforderungen.

**34 Kein Aufschwung in Sicht**

## Zeitungen

**38 SÜDDEUTSCHE ZEITUNG trotz dem Trend**

Die Zeitungsbranche hat einen schlechten Start ins neue Jahrzehnt hingelegt: Sowohl der Einzelverkauf als auch die Abonnements verzeichnen erhebliche Rückgänge. Allerdings zeigt der Marktführer bei den überregionalen Qualitätszeitungen, dass es Rezepte gegen diese Entwicklung gibt.

**40 „Funktional und attraktiv sein“**

## Logistik · Technik · Service

**42 Erfolgversprechende Wege zum Ja-Wort**

Welche Formulierungen in Opt-in-Mailings haben die höchste Chance auf positiven Response? Eine aktuelle Studie des Siegfried Vögele Instituts (SVI) liefert Anhaltspunkte und Praxistipps für Verlage.

**Bedeckt mit Aussicht auf Aufheiterungen**

Schwindende Anzeigenumsätze haben das Jahresergebnis der deutschen Lesezirkel 2009 um vier Prozent gemindert, wohingegen sich der Abonnentenbereich nahezu unverändert stabil zeigt. Verbandsvorsitzender Günther Hildebrand erwartet stabile Umsatzzahlen für 2010 und setzt auf eine Trendwende im kommenden Jahr.



12



20

**Im Zeichen des Storchs**

Storch's Lesemappen mit Sitz in Verden beliefert seit 60 Jahren Kunden im Südosten von Bremen. Ulf-Gunnar Storch, in zweiter Generation Inhaber des Lesezirkels, setzt in der Kundenwerbung auf transparente Geschäftsbedingungen und die Unverwechselbarkeit der eigenen Marke.

34

**Kein Aufschwung in Sicht**

Die Einzelverkaufsaufgabe im ersten Quartal 2010 zeigt bei vielen Publikumszeitschriften abermals eine rückläufige Tendenz. Auch wenn manche Titel erfolgreich dem Trend trotzen, kann von einer generellen Erholung auf dem Vertriebsmarkt keine Rede sein.

## Bücher &amp; Non-Press

**46 Einer, der die Frauen versteht**

Mit einem großen Promotion-Feuerwerk begeht der Münchner Piper Verlag im Juni das 40-jährige Bestehen seines Taschenbuch-Programms. Einen festen Platz unter den fünf verkaufstärksten Verlagen im Segment hat sich Marketing-Leiter Michael Then dabei zum Ziel gesetzt.

## Handel

**52 Open House für den Handel**

Der Presse Vertrieb Potsdam lud Mitte April zu einem Tag der offenen Tür nach Brieselang.

**53 Bahnhofsbuchhandel****54 Presse-Grosso****56 BMD/AGA**

## Rubriken

**3 Editorial****6 News****10 Standpunkt: Klaus-Dieter Wülfrath**

Wer Pressefreiheit will, muss Pressevielfalt wollen



© IPJ

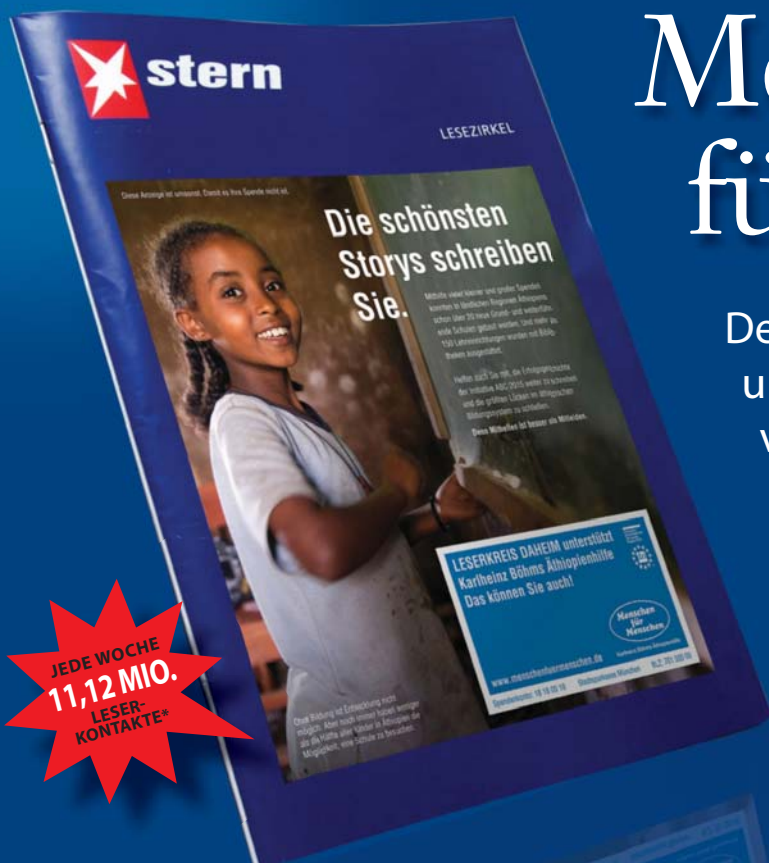
40

**„Funktional und attraktiv sein“**

Das Leseverhalten bei Zeitungen gleicht sich immer weiter dem im Internet an. Daher müssen sich die gedruckten von den Online-Angeboten in Form und Inhalt wandeln – aber gleichzeitig unterscheidbar bleiben, sagt Prof. Michael Haller von der Universität Leipzig.

**50 Jobs & Careers****57 Service/Impressum****58 Vorschau**

Titelfoto: © Leserkreis Daheim



# Menschen für Menschen

Der LESERKREIS DAHEIM unterstützt die Äthiopienhilfe von Karlheinz Böhm.

Denn eins haben wir gemeinsam: Wir erreichen viele Menschen mit unseren Botschaften ...

Von den 11,12 Mio. Lesezirkel-Kontakten hält der LESERKREIS DAHEIM einen Anteil von ca. 25 Prozent. Wir wissen, dass 2,17 Mio. Lesezirkel-Leser\* 14 bis 29 Jahre und 3,72 Mio. Lesezirkel-Leser\* 30 bis 49 Jahre alt sind. 2,99 Mio. Leser\* verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von über 3 000 Euro. Buchen Sie bei uns – national oder regional – die Titelseite.

\*MA 2009/II

**LESER  
KREIS  
DAHEIM**

JEDE WOCHE  
11,12 MIO.  
LESER-  
KONTAKTE\*