

Zeitschriften

10 Die Kunst zu verkaufen

Die Gattung der Wirtschaftspresse hat das Feld der kreativen Covergestaltung für sich entdeckt. Auch wenn ein gutes Cover kein Garant für Erfolg im Einzelverkauf ist, liefert es wichtige Impulse.

12 Sättigungsbeilage oder Appetitmacher?

Neue Titel, höhere Frequenzen, Sonderhefte: Das Angebot im Foodsegment wächst. Doch die Verkaufszahlen halten mit und hochwertige Bookazines heben das Preisniveau.

16 Am Puls der Wissenschaft

Zeitungen

20 Vertrieb heute und morgen

Die Ausweitung der BDZV-Vertriebskonferenz auf zwei Tage reflektiert die gestiegene Bedeutung der Distribution. Einen Schwerpunkt, der vielen Verlagen unter den Nägeln brennt, bildet das Finden und Binden zuverlässiger Zusteller.

22 Langfristiger Trend zum Outsourcing

Das jährliche Benchmark des Hamburger Beratungsunternehmens CMC sieht den Kundenservice der Verlage vor allem bei Produktangeboten und Kündigungen verbessert.

Logistik · Technik · Service

24 Outsourcing heißt das Zauberwort

In Krisenzeiten besinnen sich viele Unternehmen auf ihre Kernkompetenzen und gehen Kooperationen mit spezialisierten Dienstleistern ein. Entsprechend sieht der Kontaktlogistiker Fiege im Printmedien- und Postbereich Wachstumspotenzial.

29 Leidenschaft schützt nicht vor Fahrermangel

Die ZF Zukunftsstudie untersuchte, was LKW-Fahrer bei der Berufswahl motiviert und was sich an Berufsbild und Rahmenbedingungen ändern muss, um den Nachwuchs zu interessieren.

30 Special: Abonnenten & Zahlungsmoral Abo-Zahlungsmoral – Quo vadis?

34 Immer noch kein Geld für nackte News

Die Zahlungsbereitschaft für journalistische Inhalte im Internet ist nach wie vor gering. Geld wert wären den Usern aber Hintergrundinformationen und individuelle Inhalte. Das belegt eine aktuelle Online-Befragung.

Bücher & Non-Press

38 Buch mal wieder

40 Wo Bestseller entstehen

Ab 2013 können Buchverlage an kleineren, gleichwohl hochfrequenten Standorten des Bahnhofsbuchhandels konzertierte Werbemaßnahmen buchen.



16

Am Puls der Wissenschaft

Mit der deutschen Lizenzausgabe des NEW SCIENTIST wagt der Spiegel-Verlag ein Novum: Das erste wöchentlich erscheinende Wissensmagazin Deutschlands. Im Gespräch mit dntv erläutern Chefredakteur Lothar Kuhn (li.) und Geschäftsführer Michael Plasse ihre Strategie.



38

Buch mal wieder

Im März 2013 lanciert der Börsenverein des Deutschen Buchhandels eine Imagekampagne, die das Buch mindestens drei Jahre lang auf die Werbebühne hebt.

Handel

44 Expansion mit Biss

Das Familienunternehmen Ditsch schlüpft unter das Dach der Valora AG – damit gehören künftig 230 Brezelshops zum Schweizer Handelskonzern, der die Backware auch in die eigenen Filialen bringen will.

46 Bahnhofsbuchhandel

48 Presse-Grosso

52 BMD/AGA

53 Lesezirkel

Rubriken

4 News

43 Jobs & Careers

54 Service/Impressum

55 Vorschau