Zeitschriften

13 Nationalvertriebe als Wegbereiter

19 Da geht noch was
Die meisten Umsatzsteigerungen der Zeitschriften, die sich unter den Top 100 platzieren konnten, gehen auf Preiserhöhungen zurück.

Zeitungen

24 Einer macht den Anfang

Digitale Welten

28 Neue Vertriebskanäle für bezahlte Inhalte
Für die Vermarktung von Print- und Digitalprodukten gehen Verlage und ihre Handelspartner neue Wege.

29 Die smarte Karte
Bauer zeigt der Vertriebsbranche die Karte:
Ein innovatives Abo-Konzept für junge Zielgruppen

32 Die digitale Welt im Einzelhandel
Axel Springer Vertriebsservice testet den Verkauf von digitalen Presseprodukten am POS.

33 Geschenke mit Mehrwert
Die Neue Verlagsgesellschaft vermarktet ihre Zeitschriftengutscheine im eigenen Aboshop im Internet und als Kundenbindungsinstrument, u.a. für Onlinehändler.

37 G+J/DPV: Mit Abo InnovationLab auf neuen Wegen zur Erhöhung der Umwandlungsquote

38 Einzelhefte online bestellen
Über den Webshop von Pressevertrieb Nord (PVN) können Verbraucher und Händler aktuelle und ältere Heftfolgen von Zeitschriften bestellen.

40 Den Händler mit ins Hightech-Boot holen
Mit innovativen Methoden wie QR-Codes, Medien-Inszenierungen und der Verknüpfung der mobilen Suche mit Zeitschriften-Content könnte neue Kauflust geweckt werden.

Logistik Technik Service

42 Ansichtssache
Die Resultate der jüngsten Ehastra bewerten die Verlage und Nationalvertriebe ganz unterschiedlich.

Bücher & Non-Press

46 Digitale Leser erreichen
Ralf Biesemeier, GF readbox, über die Herausforderung, im wachsenden E-Book-Markt Kurs zu halten.

49 Mr. Gum zieht um
Zwischen Thomas Mann und Barbara Wood erobern bei den S. Fischer Verlagen Mr. Gum und die Kuh Lieselotte ihren Platz.

Handel

54 APV – Grosso in Aktion

56 Bahnhofsbuchhandel

13

Nationalvertriebe als Wegbereiter

Das deutsche Pressevertriebssystem ermöglicht es im Prinzip jedem, eine neue Zeitung oder Zeitschrift an den Kiosk zu bringen – gut beraten ist dennoch, wer sich professionelle Beratung ins Haus holt, um auf dem hart umkämpften Pressemarkt zu bestehen.

24

Einer macht den Anfang

Die Zeitungsbranche kann es sich nicht weiter leisten, teuer produzierte Inhalte online zu verschenken. Welt Online ist seit Jahresbeginn mit seinem Bezahlmodell Pionier für einen neuen Weg. Verantwortliche überregionaler Zeitungen erläutern, ob sie diesem folgen.

57 Lesezirkel

58 Presse-Grosso

Rubriken

4 News
10 Cover des Monats
52 Jobs & Careers
62 Service/Impressum
63 Vorschau

Diesem dnv ist eine Beilage der Firma LeserAuskunft GmbH beigefügt. Wir bitten um Beachtung.

Titelfoto: © Grafvision – Fotolia