Bundesverband der Medien- und Dienstleistungshändler
Arbeitsgemeinschaft Abonnentenwerbung

10 „Unsere Branche bleibt innovativ und kreativ“

12 Kein Pardon bei illegalen Calls

14 „Es muss uns um bessere Haltbarkeiten gehen“

16 Kunden begeistern, Abonnenten binden
Wir stellen erfolgversprechende Beispiele vor

20 Zurück zu mehr Wertschätzung
Druck im Abomarketing und die Fokussierung auf Prämienwerbung haben in der Gesellschaft ihre Spuren hinterlassen.

22 Online Killed the Paper Star
Uwe Henning, Inhaber der Hamburger Montana Medien Beratung, über den Strukturwandel im Abomarketing.

24 Fans finden und binden
Wir haben einen Verlagsmanager und einen CRM-Dienstleister befragt, wie Soziale Medien im Direktmarketing einsetzen werden können.

27 Verpflichtungskonzept nicht schlechtreden
Andreas Nick über den gesunkenen Mitgliederbestand bei den Bertelsmann Buchclubs, geschlossene Filialen und neue Chancen für das Versandhandelsgeschäft.

28 Nanu, was gibt's Neues bei der Abo-Werbung?
Michaela Schneider-Mestrom zeigt Beispiele für Abo-Werbung ohne allzu opulente Prämien.

32 Keine echte Hilfe?
Die deutsche Inkasso-Branche übt scharfe Kritik an dem Kabinettsentwurf für ein Gesetz gegen unseriöse Geschäftspraktiken.

36 SEPA-Lastschriftverfahren: Fragen über Fragen
Ludwig von Jagow, GF Vertrieb im VDZ erläutert, welche Unterstützung der Verband den Firmen bietet.

Zeitschriften

38 Top 100: Starke Säule mit Pflegebedarf
Wenn es um das Abonnement geht, bleibt der werbende Buch- und Zeitschriftenhandel ein verlässlicher und unverzichtbarer Partner der Zeitschriftenverlage.

42 Wolkig, selten heiter
Das erste Quartal des neuen Jahres bringt nur wenige positive Ausreißer hervor. Einer wachsenden Nachfrage am Kiosk erfreut sich EMOTION.

46 Dauerhafte Beziehung gesucht
Einen festen und nachhaltigen Abonnenten-Stamm für einen neuen Zeitschriftentitel aufzubauen, ist eine Herausforderung, für die es kein Patentrezept gibt.

51 Wir brauchen neue Spielregeln
Gisbert Komlóssy, geschäftsführender Gesellschafter der Osnabrücker Intan Gruppe, über Prämien- und Regulierungswahn und überfällige „Digital-Abkommen“.

8

„Unsere Branche bleibt innovativ und kreativ“

Hans Schneider, stellvertretender Präsident des Bundesverbandes der Medien- und Dienstleistungshändler (BMD) e. V., über klassische Abo-Bezieher, die Belebung des Haustür-Geschäfts und rote Fäden in den Gesprächen zwischen Handel und Verlagen beim Vertrieb digitaler Produkte.

12

Kein Pardon bei illegalen Calls

Michael Becker, Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Abonnentenwerbung e. V., über sein konsequentes Vorgehen gegen die anhaltende, geschäftsschädigende Flut der unlauteren, wettbewerbswidrigen Abo-Werbung.

14

„Es muss uns um bessere Haltbarkeiten gehen“

Die Bedeutung des Verbandes, mangelnder Nachwuchs in der Branche, belebtes Haustür-Geschäft und die Qualität des geworbenen Abos, das waren einige der zentralen Themen, über die der bisherige Präsidenten des BMD, Andreas Nick und Michael Fischer, u.a. Vorstand Finanzen im BMD mit Ralf Deppe und Hermann Schmidt diskutierten. Jürgen Jacobs, Vertriebsleiter DIE ZEIT, ergänzte die Runde.

Zeitungen

54 Absturz am Kiosk, stark im Abonnement
Die überregionalen Zeitungen verlieren in Konkurrenz zu Tablet und Smartphone immer schneller Gelegenheitsleser. Dafür gewinnt die Mehrzahl der Marktteilnehmer bei den Abonnements hinzu.

56 Abonnements werden immer wichtiger

57 Wie Zeitungen Kinder und Jugendliche erreichen

Logistik · Technik · Service

60 Mit Bundles auf Wachstumskurs
Die Media Store GmbH bietet sowohl Madsack-Zeitungen als auch externen Partnern ein umfangreiches Dienstleistungsangebot rund um den Vertrieb von Bundles aus Apps, Endgeräten und Mobilfunkangeboten an. 13 Zeitungsverlage vertrauen auf die Kompetenz des Partners aus Hannover. Tendenz steigend.

Bücher & Non-Press

64 Mit Familiengeist und Trendgespür

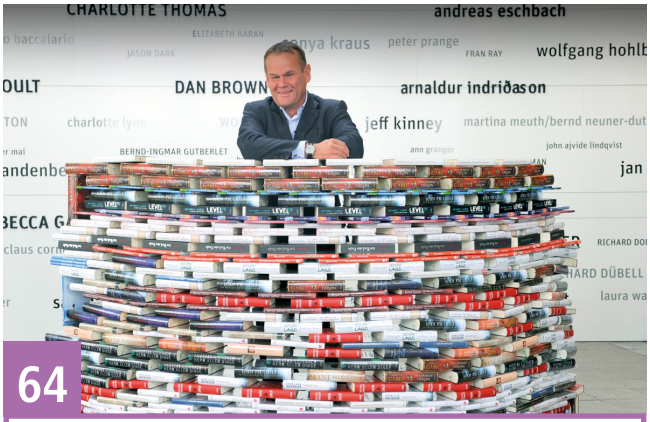
66 Buchclub: Zwischen traditionellen und digitalen Angebotsformen

Handel

70 Traditions- und trendbewusst
Im frisch eröffneten achten Geschäft des Edeka-Filialisten Niemerszein, Hamburg, wird Einkaufen zum Entertainment.

72 Bahnhofsbuchhandel

74 Presse-Grosso



64

Mit Familiengeist und Trendgespür

Bücher und Romanhefte sind das Kerngeschäft von Bastei Lübbe. Im 60. Jahr seines Bestehens kann der Verlag unter Führung von Stefan Lübbe allerdings ein breites Portfolio vorweisen, das die Wachstumsfelder Digitales und Nonbooks umfasst.

Rubriken

6 News

68 Jobs & Careers

77 Service/Impressum

78 Vorschau

Wir retten Ihre offenen Forderungen!

GMI Gesellschaft für Mahn- und Inkassowesen mbH

- Professionelles Forderungsmanagement
- Debitoren Management
- Schriftliches Inkasso
- Telefoninkasso
- Langzeitüberwachung
- Zusammenarbeit mit Vertragsanwälten

... fordern Sie uns ...

GMI
Gesellschaft für Mahn- und Inkassowesen mbH
Natruper Str. 57
49076 Osnabrück

tel. 05 41 / 58 0 53 - 111
fax. 05 41 / 58 0 53 - 110
email. a.hartmann@gmi-service.de
www.gmi-service.de

Mitglied im Bundesverband Deutscher Inkasso-Unternehmen e.V.
schufa Vertragspartner der SCHUFA HOLDING AG