



SCHWERPUNKT

Expertenbefragung

- 30** Frank Nolte: Neue Realität für den Pressevertrieb
- 32** Torsten Löffler: „Die Liquidität ist massiv angegriffen“
- 38** Frank Führer: Chancen im Vertriebsmarketing erkennen
- 42** Tobias Mai: „Wir spüren wieder eine Belebung des Verkaufs“
- 43** Ingo Klinge: Vertriebsgeschäft der Bauer Media Group bleibt stabil
- 44** Christoph Hauschild: Käuferströme beobachten, Verhalten analysieren
- 46** Mario Lauer: Investments in digitale Kundenbindung
- ... und viele weitere mehr

30

EXPERTENBEFRAGUNG

17 Perspektiven für den Content-Vertrieb

Experten aus verschiedenen Bereichen der Verlagsbranche und Vertriebsszene berichten von ihren Erlebnissen aus den vergangenen Wochen und ihren Prognosen für die kommenden Monate.

BRIEFING

- 6** Bauer fokussiert Geschäftstätigkeit
- 7** Google will ausgewählte Verlage vergüten
- 8** Press Impact entwickelt digitales Weiterbildungsangebot
- 10** DuMont feilt an seiner Regionalmedien-Strategie

MARKTANALYSE

- 14** **Zeitungslogistik vielerorts bald nicht mehr rentabel**
Die Zustellung von Zeitungsabonnements soll bald nicht mehr wirtschaftlich sein, so das Ergebnis einer Studie der Unternehmensberatung Schickler im Auftrag des BDZV

CONTENT

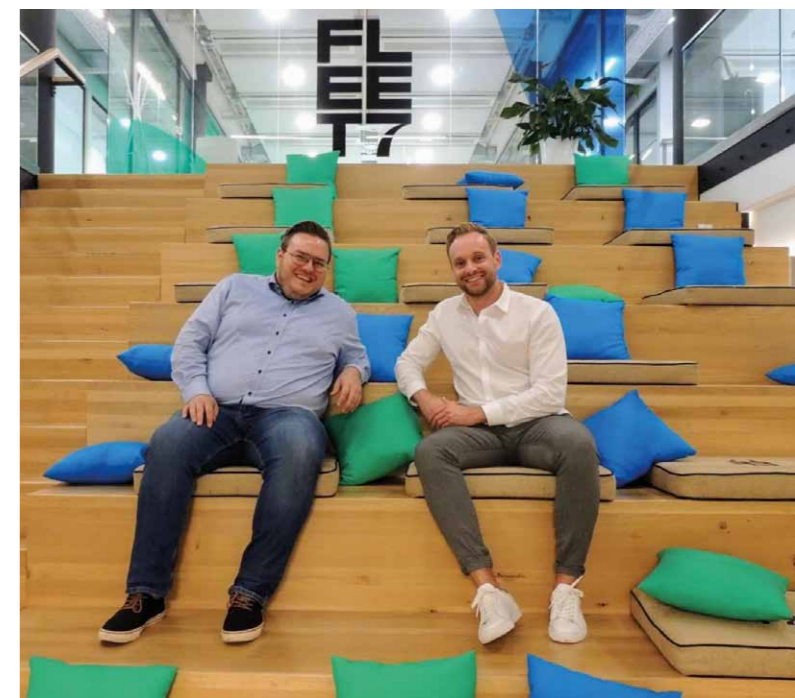
- 16** **Urlaub daheim**
In diesem Sommer ist Urlaub zuhause angesagt. Für die Verlage bedeutet das ein zusätzliche Chance auf Umsatz

26

VERTRIEBSTECHNOLOGIE

Künstliche Intelligenz nutzbar machen

Zwei Unternehmen aus Kiel tun sich zusammen, um KI-Anwendungen für die Medienbranche zu entwickeln. Es geht darum, Daten für den Vertrieb und das Marketing nutzbar zu machen.



- 20** **Sammeln auch ohne EM-Sticker**
Die Fußball-Stickerserie von Panini wurde parallel zur Europameisterschaft verschoben. Doch andere Sammelserien sollen für Ersatz sorgen
- 22** **Volle Kraft voraus**
Wissensmagazine nach Corona: Wie die Verlage mit dieser Situation umgegangen sind und welche Pläne sie in den kommenden Monaten verfolgen

DISTRIBUTION

- 26** **Künstliche Intelligenz nutzbar machen**
Maschinelles Lernen soll Verlagen helfen, Daten in Vertrieb und Marketing besser zu nutzen. Zwei Unternehmen aus Kiel entwickeln dafür neue Lösungen

STRATEGIE

- 30** **17 Perspektiven für den Content-Vertrieb**
Experten zeigen auf, wie sich die Branche verändert und welche Erlösquellen wichtig werden

KARRIERE

- 54** Personalien

VERBANDSRUBRIKEN

- 62** Presse-Grosso
- 63** Bahnhofsbuchhandel
- 64** Bundesverband Abonnement
- 65** Lesezirkel
- 67** Service / Tagungen / Messen/ Impressum