



26

INTERVIEW

Die neue Abo-Strategie des Spiegel

Vertriebsleiter Torben Sieb (re.) und Produkt-Chef Christoph Zimmer erklären, wie die Spiegel-Gruppe ihre Abo-Angebote weiterentwickelt und welche Rolle Bundling, Personalisierung und Club-Modelle künftig spielen.

32

ABO-STRATEGIE

So will Stiftung Warentest das digitale Wachstum forcieren

Die Stiftung Warentest verzeichnet mit ihrer Flatrate für die Inhalte auf test.de ein stetiges Wachstum. Um diesen Kurs weiter aufrechtzuerhalten, arbeitet das Team an neuen Möglichkeiten für Personalisierung und Bundles. CEO Julia Bönisch erklärt, welche Potenziale sie sieht.



SCHWERPUNKT

Abo-Strategien

- 26 Die neue Abo-Strategie des Spiegel**
Torben Sieb und Christoph Zimmer über Bundling, Personalisierung und Club-Modelle
- 32 So will Stiftung Warentest das digitale Wachstum forcieren**
Interview mit Julia Bönisch
- 38 Medienmarken als Leuchttürme des lokalen Journalismus**
Bernhard Bahners über die RND One-Plattform, ein Angebot, das Verlage im lokalen Journalismus begleiten soll
- 44 Brauchen Verlage eine Bundling-Plattform?**
Dr. Christian-Mathias Wellbrock und Dr. Christopher Buschow von der Hamburg Media School berichten von neuen Forschungsergebnissen

BRIEFING

- 6 4Press plant Übernahme von zwei weiteren Presse-Grosso-Gebieten**
- 8 Spiegel Verlagsgruppe beauftragt MZV mit dem Auslandsvertrieb**
- 9 Neues Postgesetz: Verlegerverbände fordern Überarbeitung**
- 10 Nürnberger Zeitungsverlag gründet neuen Geschäftsbereich für digitales Wachstum**
- 11 Mediengruppe Oberfranken mit neuer Struktur**
- 12 Medienkonzerne fordern Milliarden von Google**

MARKTANALYSE

- 14 Wer liest wo Nachrichten?**
Wo Nutzer Nachrichteninhalte finden und was Verlage von ihrer Konkurrenz lernen können
- 18 Klare Ansprache im Fokus**
Relevante Nachrichten und Geschichten so verpacken, dass sie Leser hinter die Paywall ziehen, dafür helfen sich Medienhäuser mit speziellen Baukästen und direkter Adressierung

CONTENT

- 22 Welches Potenzial steckt in WhatsApp Channels?**
Drei Beispiele, wie Medienmarken WhatsApp Channels nutzen können

STRATEGIE

- 26 Die neue Abo-Strategie des Spiegel**
Interview mit Vertriebsleiter Torben Sieb und Produkt-Chef Christoph Zimmer
- 32 So will Stiftung Warentest das digitale Wachstum forcieren**
Stiftung Warentest-CEO Julia Bönisch über neue Möglichkeiten für Personalisierung und Bundles
- 38 Medienmarken als Leuchttürme des lokalen Journalismus**
Interview mit Bernhard Bahners, Konzerngeschäftsführer (CDO) bei der Madsack Mediengruppe sowie Geschäftsführer des RND
- 44 Brauchen Verlage eine Bundling-Plattform?**
Interview mit Christian-Mathias Wellbrock und Dr. Christopher Buschow von der Hamburg Media School

KARRIERE

- 48 Personalien**

EVENTS

- 54 Verlagsbranche konferiert zu digitalen Abo-Strategien**
Bei dem Branchenevent Medienhaus/NEXT/ kamen rund 90 Gäste in Frankfurt zusammen, um sich über die Zukunft der Zeitungsverlage auszutauschen

VERBANDSRUBRIKEN

- 60 Bundesverband Abonnement**
- 64 Bahnhofsbuchhandel**
- 66 Lesezirkel**
- 68 Presse-Grosso**
- 70 Service / Tagungen / Messen / Impressum**