



© PRESSIMPACT

20

TOP 100

Die umsatzstärksten Magazine im Pressevertrieb

Das neue Top-100-Ranking von DNV zeigt, dass viele Zeitschriften ihren Print-Vertriebsumsatz nach harter Auflage 2021 steigern konnten. Weil einige eine deutlich überdurchschnittliche Performance zeigten, kam es zu vielen Veränderungen im Ranking. Erstmals wird zudem der Anteil der Nationalvertriebe am Print-Vertriebserfolg betrachtet

64

STRATEGIE

Zeitungsverlag modernisieren

Wie transformiert man einen traditionellen Zeitungsverlag in ein modernes Medienhaus mit digitalen Geschäftsmodellen? Kersten Köhler (li.), Geschäftsführer, und Björn Knippen, Verlagsleiter, beantworten diese Frage derzeit beim *General-Anzeiger Bonn*

© GENERALANZEIGER BONN



SCHWERPUNKT

Qtrado / Press Impact

38 Innovative Partnerschaft von Qtrado und Press Impact

Der Presse-Grossist Qtrado beteiligt sich am Nationalvertrieb Press Impact. Zusammen wollen die beiden Partner das ND-Geschäft neu denken

40 Eine Kooperation, die Potenziale bietet

Ulrich Stemmler, Geschäftsführer von Qtrado, und David Löffler, Geschäftsführer von Press Impact, sprechen über Motivation und Ziele der neuen Kooperation

46 Zwei Unternehmen im Wandel

Ein Rückblick auf den Wandel der beiden Unternehmen Qtrado und Press Impact in den vergangenen Jahren

BRIEFING

8 Medienverband der freien Presse löst VDZ ab

10 Bauer Media Group trennt sich vom US-Verlagsgeschäft

11 Mediengruppe Klambt beteiligt sich an Storyboard

MARKTANALYSE

16 DNV Branchenklima: Prognosen für 2022
DNV hat Entscheider in Verlagen und Pressevertrieb nach ihren wirtschaftlichen Zielen und Erwartungen für 2022 gefragt

20 Die umsatzstärksten Magazine im Pressevertrieb
Viele Zeitschriften konnten ihren Print-Vertriebsumsatz nach harter Auflage 2021 steigern, zeigt das neue Top-100-Ranking von DNV

28 Umsatzanstieg durch Schlüsselement Abonnement
Eine neue Oxford-Studie zeigt Entwicklungen in den Bereichen Abonnements, Digitalwerbung und Online-Audio-Inhalten auf – mit Prognosen für die Zukunft

CONTENT

32 Über Instagram zu Abonnements

Kevin Young, Head of Audience, über die Instagram-Strategie von *The Economist*

34 Hauptsache: Gesund

Schlägt sich das Interesse an der Gesundheit aufgrund der Pandemie auch im Absatz der Gesundheitsmagazine nieder?

DISTRIBUTION

38 Innovative Partnerschaft von Qtrado und Press Impact

40 Eine Kooperation, die Potenziale bietet

46 Zwei Unternehmen im Wandel

48 Mit Blick auf den Kunden

Qtrado will die Organisation von Vertrieb und Marketing stärker an den Bedürfnissen der Handels- und Verlagskunden ausrichten

52 Neue Lokalmärkte und Lokalmarkt-Cluster

Sebastian Metzmaker erläutert die Neuaufgabe der Lokalmärkte und der Lokalmarkt-Cluster

60 Welchen Wert haben rabattierte Abonnements?

Der Wert vieler Abonnements im „Sonstigen Verkauf“ wird unterschätzt, sagt Dr. Tobias Fredebeul-Krein, Head of Subscription bei der *FAZ*

STRATEGIE

64 Zeitungsverlag modernisieren – ein Fallbeispiel

Über den Transformationsprozess des Bonner *General-Anzeigers* vom traditionellen Zeitungsverlags zum modernen Medienhaus

KARRIERE

68 Personalien

VERBANDSRUBRIKEN

74 Bahnhofsbuchhandel

76 Presse-Grosso

77 Bundesverband Abonnement

78 Service / Tagungen / Messen / Impressum