



© VECTOPHANE - ADORSTOCK

SCHWERPUNKT

Digitalvertrieb

- 12** Verlage kämpfen mit Cyberangriffen
- 22** Wie und warum Verlage in Digitalprodukte investieren
- 28** Was Abo-Systeme heute leisten müssen
- 32** Wie konvertieren Print-Leser ins Digital-Abo?
- 36** Kurzfristiger Verzicht für langfristigen Erfolg
Warum die NOZ auf einen Teil der digitalen Vertriebs Erlöse verzichtet, erläutert Vertriebsleiterin Andrea Kristen
- 40** Was bewegt die Technologie-, Medien- und Marketingbranche?
- 46** Business-Plattform mit Klassenfahrtscharakter

28

ABO-SOFTWARE

Was Abo-Systeme heute leisten müssen

Verlage prüfen ihre Abo-Software und die dahinterstehenden Dienstleister. Grundlage ist eine Reihe von Kriterien, die sowohl die Sicherung des Bestandsgeschäfts als auch Zukunftsfähigkeit und Wachstum gewährleisten sollen.

BRIEFING

- 6** Intan Group kauft im Abo-Geschäft zu
- 7** Kartellamt genehmigt Fusion von 4Press und Frankenthaler Pressevertrieb
- 8** Privater Postdienstleister stellt sich neu auf
- 10** Reduzierte Mehrwertsteuer als letzte Chance?

MARKTANALYSE

- 12** Verlage kämpfen mit Cyberangriffen
Die Verlagsbranche muss sich immer stärker mit IT-Sicherheit beschäftigen

CONTENT

- 14** „Wir setzen weiterhin auf Print.“
Interview mit Nora Gollek, Sales und Marketing Director bei Story House Egmont
- 18** Leseförderung als Branchenaufgabe
Die Initiative „Zeitschriften in die Schulen“ vermittelt Schülern den Umgang mit Zeitschriften und Informationen
- 22** Wie und warum Verlage in Digitalprodukte investieren
Im Rahmen der Digitalisierung und der steigenden Kosten für Print investieren Verlage vermehrt in digitale Produkte

COVER: © ANDRUS - ADORSTOCK

36

TAGESZEITUNG

Kurzfristiger Verzicht für langfristigen Erfolg

Die NOZ bietet allen Print-Abonnenten den Zugriff auf ihre digitalen Inhalte ohne Aufpreis an. Damit verzichtet die regionale Tageszeitung kurzfristig auf einen Teil der digitalen Vertriebs Erlöse, verbucht diese Summe aber als notwendige Investition in die Digitalisierung der Leserschaft. Vertriebsleiterin Andrea Kristen erläutert die Strategie dahinter.

DISTRIBUTION

- 28** Was Abo-Systeme heute leisten müssen
Welches sind die wichtigsten Anforderungen an Abo-Software und ihre Dienstleister? Eine DNV-Recherche

STRATEGIE

- 32** Wie konvertieren Print-Leser ins Digital-Abo?
Wie muss ein digitales Produkt gestaltet werden, um auch ältere Zielgruppen zu überzeugen?
- 36** Kurzfristiger Verzicht für langfristigen Erfolg
Die NOZ verzichtet seit Ende 2023 auf einen Teil der digitalen Vertriebs Erlöse. Vertriebsleiterin Andrea Kristen erläutert die Strategie dahinter
- 40** Was bewegt die Technologie-, Medien- und Marketingbranche?
Das umfangreiche Programm des OMR Festivals in Hamburg im Überblick und Learnings aus der Branche
- 46** Business-Plattform mit Klassenfahrtscharakter
Interview mit Roland Eisenbrand, OMR-Content-Chef, über das diesjährige Event, Trends in der Marketingbranche sowie die OMR-Community



© MICHAEL GRUNDL/NEE - SHUTTERSTOCK ZETTING

- 50** Wie die Financial Times ihr Digital-Abo skaliert
Joanna Levesque von der *Financial Times* erläutert, wie die britische Finanz- und Wirtschaftszeitung über eine Mio. Digital-Abonnenten generieren konnte

- 54** Sind Spenden die besseren Abos?
Einige Medienhäuser bieten mit Spendenmodellen die Möglichkeit, das Fortbestehen einer Medienmarke durch Unterstützungsbeiträge zu sichern

KARRIERE

- 58** Personalien

EVENTS

- 60** Impressionen von der Jahrestagung 2024
Bildergalerie von der gemeinsamen Jahrestagung des Bundesverband Abonnement und des Verband Deutscher Lesezirkel

VERBANDSRUBRIKEN

- 72** Bahnhofsbuchhandel
- 76** Lesezirkel
- 78** Service / Tagungen / Messen / Impressum