

# VDZ Akademie

## DER ERFOLGREICHE TITEL IM PRESSEMARKT: HERAUSFORDERUNG FÜR VERLAGE UND GROSSO

### VERTRIEBLICHE INSTRUMENTE FÜR ERFOLGREICHE MARKEINFÜHRUNGEN IM PRESSEMARKT

MÜNCHEN, 17. NOVEMBER 2015

#### DAS SEMINAR

Jedes Jahr kommen über 600 neue Presstitel in den Handel. Der Markt braucht diese Neuerscheinungen, denn nur durch eine ständige Erneuerung innerhalb des Pressesortiments lassen sich die rückläufigen Tendenzen etablierter Titel und Segmente einigermaßen ausgleichen.

Das Seminar informiert über alle Voraussetzungen, die erfüllt sein müssen, damit ein neuer Titel seine Chancen im Markt realisieren kann. Für seinen Erfolg braucht jeder neue Titel im Verlag/ND und im Presse-Grosso eine umfangreiche und intensive Vorbereitung. Bis er im ZZ-Regal oder auf der Verkaufstheke im Einzelhandel für den Verbraucher präsent ist, sind in puncto Vertriebstechnik und Absatzmarketing zahlreiche Schritte zu absolvieren.

Bei allen notwendigen Überlegungen und Maßnahmen sind auch die Grundsätze des Koordinierten Vertriebsmarketing (KVM) zu beachten.

Am Beispiel erfolgreicher Markteinführungen aus unterschiedlichen Segmenten erfahren die Seminarteilnehmer, wie die betreffenden Verlage im Einzelnen vorgegangen sind. Dabei wird deutlich, wie im Rahmen unterschiedlicher Marketing-Strategien – je nach Titel bzw. Zeitschriftengattung – unterschiedliche vertriebliche Instrumente zum Einsatz kommen. Kreative Vertriebsideen fördern den Starterfolg.

Als Fallbeispiele für erfolgreiche Markteinführungen werden vorgestellt:

- Filly-Magazine
- Fallbeispiele aus dem Hause Burda
- Beef, Chefkoch

#### THEMENSCHWERPUNKTE

- Produktplanung, Zielgruppenbestimmung und Auflagenmix
- Festlegung des Erstverkaufstages und der Absatzwege
- Einführungsmarketing und Druckauflage
- Publikumswerbung und Verkaufsförderung
- Copypreis und Handelsspannen
- Objektdatenblatt und Pressecode
- Verteilerauswahl und Bezugsregulierung
- Verkaufsdaten und Schwachstellenanalyse
- Angebotsoptimierung und Außendienstinsatz

#### TEILNEHMER

Vertriebsleiter, Marketingleiter, Verkaufsleiter, Disponenten und Mitarbeiter aus dem Vertriebsaußendienst

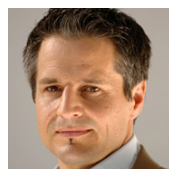
#### TEILNEHMERNUTZEN

Sie erhalten

- Einblicke in die strategische Marketingüberlegung vor dem Titellaunch
- sicheren Umgang bei der operativen Einführung eines Presseprodukts
- einen Leitfaden zur Markteinführung
- Fallbeispiele, die einen detaillierten Überblick über erfolgreiche Einführungen in der Vergangenheit liefern.

Das Seminar ist als Teil des zweijährigen Zertifikatskurses „Experte im Pressevertrieb“ anerkannt. Bereits absolvierte VDZ Akademie Seminare im Rahmen des Zertifikatskurses können nachträglich angerechnet werden.

#### REFERENTEN



##### MARKUS CERNY

Leitung Verlagsbereich BURDA  
MZV Moderner Zeitschriften Vertrieb

Herr Cerny ist seit 2010 als Leiter Verlagsbereich BURDA und Vertriebsleiter FOCUS Magazin Verlag, BURDA Style Group und Playboy Publishing beim MZV tätig.



##### MONIKA HENNIG

Vertriebsleiterin Jost Pressegroßvertrieb

Frau Hennig ist seit 1983 im Pressegroßhandel Jost in München in verschiedenen Funktionen tätig und seit 1994 Vertriebsleiterin. Als Vertriebsleiterin verantwortet sie den Einkauf von rund 2500 Zeitschriften und die Distribution an ca. 1000 Presse-Einzelhändler im Münchner Vertriebsgebiet.



##### CLAUDIA HOFBAUER

Senior Account Manager/Stv. Verlagsbereichsleiterin  
MZV Moderner Zeitschriften Vertrieb

Frau Hofbauer ist seit 1995 beim MZV Moderner Zeitschriften Vertrieb in verschiedenen Positionen und seit einigen Jahren als Senior Account Managerin, tätig.



##### ASTRID SCHÜLKE

Vertriebsleiterin im Vertriebsmarketing  
DPV Deutscher Pressevertrieb

Frau Schülke ist seit 2002 bei Gruner + Jahr (und später im DPV) als Vertriebsleiterin im Vertriebsmarketing für die Motor Presse Stuttgart verantwortlich für die Titel der Verlagsbereiche Sport und Aktive Freizeit.

# INFORMATIONEN ZUM SEMINAR

## KONDITIONEN

Tagungsbeitrag: für Mitglieder 590,- Euro (zzgl. MwSt.)  
für andere Teilnehmer 720,- Euro (zzgl. MwSt.)

Der Seminarbeitrag enthält ein Mittagessen sowie die Pausen- und Seminargetränke. Teilnehmerabsagen sind bis vier Wochen vor Seminarbeginn kostenfrei. Bei späterer Absage wird die gesamte Seminargebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der VDZ Akademie GmbH, jederzeit einsehbar unter [www.vdz-akademie.de](http://www.vdz-akademie.de)

## TERMIN UND ORT

München, 17. November 2015  
9:30 Uhr – 17:00 Uhr

arcona LIVING MÜNCHEN  
Nymphenburger Straße 136  
80636 München

T. +49 89 540227 0  
[www.muenchen.arcona.de](http://www.muenchen.arcona.de)

## ANMELDUNG

Bitte schicken Sie so bald wie möglich die untenstehende Fax-Anmeldung an **Fax-Nr. 030 - 72 62 98 - 114** oder **per Post** an:

VDZ Akademie GmbH  
Jennifer Panse  
Markgrafenstraße 15  
10969 Berlin

T. +49 30 - 72 62 98 - 113  
F. +49 30 - 72 62 98 - 114  
[j.panse@vdz-akademie.de](mailto:j.panse@vdz-akademie.de)

Unter [www.vdz-akademie.de](http://www.vdz-akademie.de) können Sie sich auch **online anmelden**.

## HIERMIT MELDE ICH MICH AN ZUM SEMINAR

### Der erfolgreiche Titel im Pressemarkt: Herausforderung für Verlage und Grosso

An der Veranstaltung am 17. November 2015 in München nimmt aus unserem Hause teil:

Vorname

Name

Firma / Verlag

Funktion

Straße, Hausnummer

PLZ, Ort

Telefon / Mobil

Fax

E-Mail

Datum / Unterschrift

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme!

