

2. Halbjahr 2010



Rund um die Zeitung

Konferenzen · Workshops · Seminare

Inhalt

September

ZV-Seminar | 15./16.9.10, Berlin
Aktuelles Rechtswissen rund um das Zustellpersonal
Seite 4

ZV-Workshop | 29./30.9.10, Berlin
Praxiswissen IVW – Auflagen, E-Paper und die VA Verbreitungsanalyse
Seite 5

Oktober

BDZV/ZV-Konferenz | 5.10.10, Berlin
Datenschutz im Zeitungsvertrieb: Was ist erlaubt, was nicht?
Seite 6

ZV-Workshop | 13./14.10.10, Köln
Verantwortung – was nun? Was Sie als Führungskraft erfolgreich macht. Managementtechniken für den Alltag
Seite 7

ZV-Solution | 19./20.10.10, Berlin
Tablets für Blattmacher
in Zusammenarbeit mit dpa-infocom
Seite 8

ZV-Workshop | 27.10.10, Berlin
Neuen Lesern auf der Spur – Innovatives Vertriebsmarketing im Zeitungsverlag
Seite 9

November

ZV-Seminar | 8./9.11.10, Berlin
Kompakt, umfassend, kompetent – Das Betriebsverfassungsgesetz in Verlagen und Zustellgesellschaften
Seite 10

BDZV/ZV-Konferenz | 11.11.10, Köln
Zeitungsvertrieb im Wandel
Seite 11

ZV-Workshop | 16./17.11.10, Berlin
Neue Themen – Neue Kunden: Magazine, Sonderthemen, Verlagsbeilagen
Seite 12

BDZV/ZV-Konferenz | 18.11.10, Frankfurt am Main
Herausforderung Social Media – Neue Wege für Zeitungsverlage
Seite 13

ZV-Workshop | 22.11.10, Berlin
Texten kann man lernen – Erfolgreiche Mailings im Abo-Marketing
Seite 14

Dezember

BDZV/ZV-Konferenz | 2.12.10, Darmstadt
Lokale Online-Vermarktung
in Zusammenarbeit mit WAN-IFRA
Seite 15

BDZV/ZV-Konferenz | im Dezember, Mainz
Die Zeitungsfabrik
in Zusammenarbeit mit WAN-IFRA
Seite 16

BDZV/ZV-Konferenz | 16.12.10, Berlin
Zeitungen machen mobil – Trends, Potenziale, Erfolgsfaktoren
Seite 17

Sehr geehrte Damen und Herren,
sehr geehrte ZV-Kunden,

Für das zweite Halbjahr 2010 hat sich die ZV viel vorgenommen. Wir wollen Sie dabei unterstützen, Wissen, Kompetenzen und Innovationskraft auf allen Ebenen Ihres Unternehmens auszubauen. Dafür stehen wir mit unserem Programm, das bei den Auszubildenden ansetzt und in Angeboten für das Top-Management gipfelt. In unseren Veranstaltungen erfahren Sie wirklich Neues. Ausgewiesene Spezialisten aus der Zeitungsbranche wie aus anderen Bereichen der Medien- und Kommunikationswirtschaft arbeiten für uns als Trainer und Referenten. Sie garantieren erstklassiges Know-how und eine große Erfahrung. Aus der Praxis für die Praxis lautet unser Credo.

Mit dem Programm für die zweite Hälfte 2010 beschreiten wir auch neue Wege. Erstmals bieten wir unter der Marke „ZV-Solution“ ein Format an, bei dem bewusst ressortübergreifend gearbeitet wird. Dabei sollen Vertreter aus verschiedenen Verlagsbereichen gemeinsam Strategien, Konzepte und Produkte entwickeln. Den Anfang machen wir mit der Veranstaltung „Tablets für Blattmacher“ (siehe Seite 8).

Einen neuen Weg gehen wir auch mit der Konferenz „Die Zeitungsfabrik“. Hier wollen wir die Top-Entscheider der Verlage mit den Entscheidern der Bereiche IT und Technik zusammenbringen, um sich gemeinsam über Technologie, Organisationsformen und Prozessoptimierung für den Zeitungsverlag von morgen auszutauschen (siehe Seite 16).

Dies sind nur zwei der Highlights für die zweite Jahreshälfte 2010. Nehmen Sie sich die Zeit, einen Blick in unser Programm zu werfen.

Wir hoffen, dass unser Veranstaltungsangebot auf die gewünschte Resonanz stößt und freuen uns auf die Zusammenarbeit.



Geschäftsführer

Leiter Veranstaltungen,
Training und neue Projekte



Wegen großer Nachfrage: Wiederholungsveranstaltung

Aktuelles Rechtswissen rund um das Zustellpersonal

Die Zeitungszustellung ist eine klassische Teilzeitarbeit. Obwohl sie in der Presse schon immer unentbehrlich war, zeigt die Praxis, dass die Rechtsfolgen aus der Teilzeitbeschäftigung allen Beteiligten häufig unklar sind. Dies führt dann zu falschen Entscheidungen, die kostenintensiv sein können.

Für Personalleiter und Mitarbeiter der Zustellorganisationen ist es deshalb wichtig zu wissen, welche Grundsätze bei der Beschäftigung von Zustellern zu beachten sind. Die Veranstaltung geht auch auf die geringfügigen Beschäftigungsverhältnisse ein sowie auf die Rechtslage nach der Mindestlohnverordnung, wenn Brief- und Zeitungszustellung erfolgt.

Schwerpunkte sind das Arbeits- und Sozialversicherungsrecht, aber auch das Steuerrecht wird berücksichtigt.

Zielgruppe

Geschäftsführer der Vertriebsorganisationen, Vertriebsleiter und Vertriebsmitarbeiter der Zeitungsverlage

Termin

15. und 16. September 2010, Berlin

Teilnahmegebühr

€ 760,00 zzgl. MwSt. für Teilnehmer aus den Mitgliedsverlagen der Landesverbände des BDZV
€ 960,00 zzgl. MwSt. für übrige Teilnehmer



Referent

Burkhard Schaffel,
Justiziar und Mitglied der
Geschäftsleitung des BDZV

Praxiswissen IVW – Auflagen, E-Paper und die VA Verbreitungsanalyse

Die IVW liefert mit ihren vielfältigen Auswertungen die Basis für die Medien- und Werbewirtschaft. IVW-Zahlen sind die harte Währung – gerade für das Anzeigengeschäft. Der Workshop bietet in kompakter Weise Einblick in die Mess-Verfahren der IVW und gibt den Teilnehmern wertvolle Hinweise für die Ermittlung und Verwendung der Daten in der täglichen Verlagsarbeit.

Ein Themenschwerpunkt liegt auf der Erläuterung der Arbeitsweise der IVW. Durch die praxisnahe Schilderung der IVW-Insider verstehen Sie Grundlagen, Wirkungsweise und Zusammenhänge der Erhebungen rund um die IVW-Auflagenkontrolle Print einschließlich der E-Paper-Ausgaben. Ein Exkurs zur Online-Messung rundet das Thema ab.

Die Verbreitungsanalyse steht ebenfalls auf der Agenda. Die alle zwei Jahre erscheinende Studie wird detailliert erläutert: Die IVW-Fachleute nehmen die Meldungen der am Workshop teilnehmenden Verlage kritisch unter die Lupe und erläutern Problemfälle aus ihrer täglichen Arbeit. Die Verlagssicht mit einem Praktiker komplettiert die Veranstaltung.

Zielgruppe

Mitarbeiter der Anzeigen-, Vertriebs- und Marketingabteilungen der Zeitungsverlage sowie die für die Auflagenmeldung zuständigen Fachleute

Termin

29. und 30. September 2010, Berlin

Teilnahmegebühr

€ 495,00 zzgl. MwSt. für Teilnehmer aus den Mitgliedsverlagen der Landesverbände des BDZV
€ 695,00 zzgl. MwSt. für übrige Teilnehmer



Referenten

Ralf-Dietrich Drewes,
Zeitungsverkauf,
Mediengruppe M. DuMont
Schauberg, Köln

Karsten Heidenreich,
Auflagenkontrolle und VA,
IVW, Berlin

Michael Schallmeyer,
Geschäftsführer, IVW, Berlin

Datenschutz im Zeitungsvertrieb: Was ist erlaubt, was nicht?



Der Datenschutz ist ein ständiger Begleiter der Vertriebsaktivitäten. Der Gesetzgeber hat im vergangenen Jahr umfangreiche Reformen im Datenschutz von Verbrauchern auf den Weg gebracht. Schwere Vorfälle von illegalem Datenhandel, Missbrauch von Kundendaten etc. haben Politik und Öffentlichkeit für das Thema sensibilisiert.

Zeitungsverlage haben in vielen Bereichen ihres täglichen Geschäfts Berührungspunkte zum Datenschutz. Auf Grund der Brisanz und Komplexität des Themas bietet die ZV nach der ersten Veranstaltung zu allgemeineren Fragestellungen einen zweiten Fachtag an, in dessen Fokus die datenschutzrechtlichen Anforderungen an das Kundenmanagement im Vertriebsbereich stehen. Denn gerade in diesem kommerziell zentralen Bereich gilt besondere Vorsicht. Anhand von praktischen Beispielen werden Ihnen Lösungen vorgestellt, wie Sie Ihre Kunden ansprechen können, ohne mit dem Datenschutz in Konflikt zu geraten.

Sie erfahren, wofür Sie welche Daten Ihrer Kunden verwenden dürfen, wie Sie von diesen eine unanfechtbare Einwilligungserklärung erhalten und wie Sie die Mitarbeiter in Callcentern schulen.

Zielgruppe

Mitarbeiter aus den Vertriebs- und Marketingabteilungen sowie die betrieblichen Datenschutzbeauftragten der Zeitungsverlage

Termin

5. Oktober 2010, Berlin

Teilnahmegebühr

€ 495,00 zzgl. MwSt. für Teilnehmer aus den Mitgliedsverlagen der Landesverbände des BDZV
€ 695,00 zzgl. MwSt. für übrige Teilnehmer

Verantwortung – was nun? Was Sie als Führungskraft erfolgreich macht. Managementtechniken für den Alltag

Wer eine Führungsposition im Verlag übernimmt und diese ausfüllen will, muss sich meist neu orientieren. Fachkenntnisse, die bislang entscheidend waren, sind nicht mehr ausreichend. Führungskompetenz, Kommunikationsfähigkeit und Verhandlungsgeschick sind nun gefragt. Wer führen will, ist Vorgesetzter und Vorbild zugleich, er muss die Mitarbeiter sowohl fördern als auch fordern können. Beide Komponenten sind wichtig: Für den persönlichen Erfolg in der neuen Aufgabe und auch für das Unternehmensergebnis.

Der Workshop liefert Ihnen das ideale Rüstzeug, um den Aufgaben als Führungspersönlichkeit gerecht zu werden. Mittels praxisorientierten Coaching lernen Sie Managementtechniken kennen und einzusetzen:

- Wie kommuniziere ich richtig?
- Wie kann ich Konflikte zielorientiert lösen?
- Warum sind Zielvereinbarungen im Umgang mit Mitarbeitern so wichtig?

Spezifische Fallsituationen aus Zeitungsverlagen ermöglichen den direkten Transfer in Ihren Arbeitsalltag. Dies macht unser Seminar so einzigartig.

Zielgruppe

Führungskräfte in Zeitungsverlagen, die neu in der Führungsverantwortung sind oder zur Übernahme von leitenden Tätigkeiten vorbereitet werden sollen.

Termin

13. und 14. Oktober 2010, Köln

Teilnahmegebühr

€ 760,00 zzgl. MwSt. für Teilnehmer aus den Mitgliedsverlagen der Landesverbände des BDZV
€ 960,00 zzgl. MwSt. für übrige Teilnehmer



Referenten

Prof. Christof Seeger,
Studiendekan und Professor
für Zeitungs- und Zeitschriftenthemen an der
Hochschule der Medien in
Stuttgart.

**Prof. Dr. Thomas
Breyer-Mayländer,**
Professor für Medien-
management und Dekan
der Fakultät Medien und
Informationswesen an der
Hochschule Offenburg

Tablets für Blattmacher in Zusammenarbeit mit dpa-infocom



Moderation

Prof. Joachim Blum,
Medienberater mit
Schwerpunkt Zeitungen
und Honorarprofessor im
Fach Medienwissenschaft
an der Universität Trier

Das iPad elektrisiert die Branche. Das Konzept eines „Tablets“ als Medienmaschine fasziniert. Für Verlage ist es wichtig, sich schon in dieser frühen Marktphase intensiv mit dieser Gerätegattung zu befassen. Denn das iPad wird nicht das Einzige seiner Art bleiben.

Was macht das Tablet-Konzept so attraktiv für Zeitungsverlage? Viele Experten sehen hier die Chance, ein Format zu entwickeln, welches die Stärken der Zeitung unterstreicht, die vielfältigen multimedialen Möglichkeiten des Storytelling ausschöpft und dabei die Nutzungssituationen berücksichtigt.

Für die Entwicklung der neuen Produkte ist ressortübergreifendes Arbeiten in den Verlagen essentiell. Deshalb bieten wir unter der Marke ZV-Solution ein neues umsetzungsorientiertes Format an, das neben der Redaktions- auch die Vertriebs- und die Produktionsperspektive integriert.

Die Teilnahme bei „Tablets für Blattmacher“ ist für Verlagsteams konzipiert – drei Vertreter aus Redaktion, Produktion und Marketing/Vertrieb. Sie arbeiten sowohl in themenspezifischen Gruppen als auch in bereichsübergreifenden Verlagsteams.

Ziel ist, Ideen und Konzepte für Verlagsprodukte auf Tablets zu entwickeln und eine konkrete Roadmap und ein Paket von Sofortmaßnahmen zu erarbeiten. Das Motto lautet: Wie bringen wir ein attraktives Produkt schnell und effizient auf das Tablet? Und wie können wir es im Markt erfolgreich platzieren?

Zielgruppe

Verlage mit drei Vertretern aus Redaktion, Produktion, und Marketing/Vertrieb.

Termin

19. und 20. Oktober 2010, Berlin

Teilnahmegebühr

€ 1.950,00 zzgl. MwSt. für dreiköpfige Verlagsteams aus den Mitgliedsverlagen der Landesverbände des BDZV
€ 2.550,00 zzgl. MwSt. für dreiköpfige Verlagsteams aus übrigen Verlagen

Neuen Lesern auf der Spur – Innovatives Vertriebsmarketing im Zeitungsverlag

Professionelles Vertriebsmarketing ist wichtiger denn je: Je mehr die Vertriebslöse zum Gesamtergebnis der Zeitungsverlage beitragen, umso entscheidender wird die Frage nach der erfolgreichen Positionierung im Markt: Ungewöhnliche Aktionen und offensives Branding unterstreichen Charakter und Nutzwert des Printprodukts.

Im Mittelpunkt dieses Workshops stehen sowohl Fragen der Abwerbung als auch des Einzelverkaufs. Anhand vieler praktischer Fallbeispiele werden verschiedene Marketing-Aktivitäten unter die Lupe genommen, die zum Ziel haben, die Leserbindung zu festigen und neue Leserpotenziale zu erschließen.

Anhand von Best-Practice-Beispielen werden die klassischen Vertriebsmarketing-Werkzeuge, Event-Aktionen und bereichsübergreifende Projekte bis zur Erhebung mikrogeografischer Daten zur Verhinderung von Abbestellungen vorgestellt. Nur durch intensive Marktbearbeitung wird die aktive Kundenbindung und -gewinnung erfolgreich sein.

Auch ein Blick auf den Einzelverkauf wird geworfen, gilt es doch, den Käufer jeden Tag aufs Neue zum Kauf der Tageszeitung anzuregen.

Zielgruppe

Mitarbeiter und Nachwuchskräfte, Neu- und Quereinsteiger im Vertriebsmarketing der Zeitungsverlage

Termin

27. Oktober 2010, Berlin

Teilnahmegebühr

€ 390,00 zzgl. MwSt. für Teilnehmer aus den Mitgliedsverlagen der Landesverbände des BDZV
€ 540,00 zzgl. MwSt. für übrige Teilnehmer



Referenten

Alexandra Maul,
Vertriebsleiterin,
Mittelbayerischer Verlag,
Regensburg

Martin Menkhoff,
Vertriebs- und Marketing-
leiter, Verlagsgesellschaft
Madsack, Hannover

Kompakt, umfassend, kompetent – Das Betriebsverfassungsgesetz in Verlagen und Zustellgesellschaften



Referent

Burkhard Schaffeld,
Justiziar und Mitglied der
Geschäftsleitung des BDZV

Das Betriebsverfassungsgesetz ist fast für alle Unternehmen wichtig. Betriebe mit regelmäßig mindestens fünf ständigen wahlberechtigten Arbeitnehmern, von denen drei wählbar sind, sind betriebsratsfähig – egal ob Verlag oder Zustellgesellschaft. Das Seminar ist deshalb nicht nur für die Mitarbeiter in der Personalabteilung der Verlage, sondern auch für die Entscheidungsträger in den Vertriebsgesellschaften relevant.

Die Beteiligungsrechte des Betriebsrats an Entscheidungen der Geschäftsleitung werden durch das Betriebsverfassungsgesetz gestaltet. Seiner Intention nach ist es ein Arbeitnehmerschutzrecht. In der Praxis bestehen jedoch vielfach Unklarheiten über das Ausmaß der Mitwirkungs- bzw. Mitbestimmungsrechte der Betriebsräte.

Im Gegensatz zu Zustellgesellschaften sind Presseverlage Tendenzbetriebe, bei denen über §118 BetrVG die Anwendung des Betriebsverfassungsgesetzes eingeschränkt wird. Deren geistig-ideelle Tätigkeit soll nicht durch die Mitwirkungs- und Mitbestimmungsrechte des Betriebsrats behindert werden. Die Anwendung dieser Ausnahmebestimmung bereitet in der Praxis allerdings erhebliche Schwierigkeiten.

Die Veranstaltung gibt Ihnen Hilfestellungen für den richtigen Umgang mit dem Betriebsverfassungsgesetz und dessen Auswirkungen in der betrieblichen Praxis.

Zielgruppe

Mitglieder der Verlagsleitungen, Personalleiter von Verlagen sowie Geschäftsführer von Zustellgesellschaften

Termin

8. und 9. November 2010, Berlin

Teilnahmegebühr

€ 760,00 zzgl. MwSt. für Teilnehmer aus den
Mitgliedsverlagen der Landesverbände des BDZV
€ 960,00 zzgl. MwSt. für übrige Teilnehmer

Zeitungsvertrieb im Wandel

Angesichts der Entwicklung der Werbemärkte wird das klassische Vertriebsgeschäft immer wichtiger. In vielen Häusern liegen die Vertriebslöse mittlerweile über den Anzeigenerlösen; Tendenz steigend.

Die wachsende Bedeutung geht einher mit einem tiefgreifenden Wandel der Vertriebswelten. Neue digitale Vertriebskanäle (u.a. E-Reader, iPad ...) müssen von Anfang an von den Vertriebsentscheidern mitgestaltet, Preismodelle entwickelt und die Mitarbeiter entsprechend geschult werden. Das Thema Markenbildung bekommt eine neue Dimension gerade für die Ansprache neuer Zielgruppen.

Neben den in die Zukunft gerichteten Themen sind die Herausforderungen des täglichen Geschäfts keineswegs zu vernachlässigen. Ebenfalls oben auf der Agenda unserer Konferenz: Von der Neukundengewinnung über die Website als Abogenerator bis hin zur Kundenbindung und -segmentierung.

Zielgruppe

Entscheider in den Bereichen Verlag, Vertrieb und Marketing



Termin

11. November 2010, Köln

Teilnahmegebühr

€ 495,00 zzgl. MwSt. für Teilnehmer aus den
Mitgliedsverlagen der Landesverbände des BDZV
€ 695,00 zzgl. MwSt. für übrige Teilnehmer

Neue Themen – Neue Kunden: Magazine, Sonderthemen, Verlagsbeilagen



Referentin

Christina Stuiber,
Kommunikationswirtin,
Verlagsberatung,
Training und Zeitungs-
design, Nürnberg

Die Erschließung neuer Zielgruppen und spezifischer Kundensegmente sind für den Erfolg der Verlage mitentscheidend. Die Attraktivität der Tageszeitung lässt sich durch gut gemachte Nebenprodukte entscheidend steigern. Dort können Special-Interest-Themen und zielgruppengerechte Ansprache wirkungsvoller umgesetzt werden. Dies kann in unterschiedlicher Weise geschehen.

Magazine im handlichen Tabloid-Format sind im Kommen. Steigern Sie Ihren Umsatz mit neuen Themen, indem Sie lernen, Trends zu erkennen und umzusetzen. Attraktive Blattstrukturen und ein modernes Erscheinungsbild garantieren einen echten Wettbewerbsvorteil.

Sonderthemen lassen sich im Halbformat redaktionell übersichtlicher gliedern und kundenorientiert vermarkten. **Specials** bringen neue Impulse bei der Kundenansprache und erhöhen deutlich die Leserblattbindung.

Zielsetzung dieses Workshops ist das Erstellen eines professionellen Magazin-Konzepts. Von der kreativen Themenfindung über die Generierung redaktioneller Inhalte und deren Gestaltung bis zur ergebnisorientierten Vermarktung reicht die Agenda.

Bringen Sie Magazine und Sonderbeilagen aus Ihrem Verlag zum Erfahrungsaustausch und zur Diskussion mit.

Zielgruppe

Verkaufs- und Projektleiter sowie Redakteure und Mitarbeiter mit dem Schwerpunkt Sonderthemen/Magazine aus den Zeitungsverlagen

Termin

16. und 17. November 2010, Berlin

Teilnahmegebühr

€ 760,00 zzgl. MwSt. für Teilnehmer aus den Mitgliedsverlagen der Landesverbände des BDZV
€ 960,00 zzgl. MwSt. für übrige Teilnehmer

Herausforderung Social Media – Neue Wege für Zeitungsverlage

Twitter, Facebook, StudiVZ oder YouTube – die Bedeutung der sozialen Netzwerke ist in den vergangenen Jahren rasant gestiegen. Keine anderen Online-Angebote sind so populär und erzielen gleichzeitig einen derart hohen Aktivitätsgrad vor allem bei jungen Nutzergruppen. Die Chance mit Hilfe von sozialen Netzwerken neue Reichweiten aufzubauen, neue Zielgruppen zu erschließen und auch an Erlösen zu partizipieren, haben Zeitungsverlage längst erkannt. Immer mehr erweitern deshalb ihre Marken in die Social Communitys.

Gleichwohl ist es schwierig, die dynamischen Entwicklungen in diesem Bereich zu überblicken und mit den entsprechenden Strategien angemessen zu reagieren. Die Veranstaltung soll Orientierung und Anleitungen geben. Deshalb stehen folgende Fragen im Mittelpunkt:

- Welche Potenziale bietet das Engagement in den Netzwerken in Bezug auf den Aufbau von Reichweite, in der Erschließung neuer Zielgruppen und der Generierung von Erlösen? Wo liegen die Risiken?
- Wie können die Potenziale am besten erschlossen werden? Indem eigene Netzwerke aufgebaut oder verlagsfremde Netzwerke für die eigene Marke genutzt werden?
- Wie können Verlage ihren „Heimvorteil“ – ihre regionale und lokale Verankerung – beim Aufbau von Communitys ausspielen?
- Was sind Erlösmodelle für soziale Medien? Wie können nachhaltige Anzeigenumsätze erwirtschaftet werden?

Zielgruppe

Verleger, Geschäftsführer, Verlagsleiter, Marketingleiter, Verantwortliche im Bereich Online-Redaktion und -Management

Termin

18. November 2010, Frankfurt am Main

Teilnahmegebühr

€ 495,00 zzgl. MwSt. für Teilnehmer aus den Mitgliedsverlagen der Landesverbände des BDZV
€ 695,00 zzgl. MwSt. für übrige Teilnehmer



Moderation

Prof. Dr. Thomas Breyer-Mayländer,
Professor für Medien-
management und Dekan
der Fakultät Medien und
Informationswesen an der
Hochschule Offenburg

Texten kann man lernen – Erfolgreiche Mailings im Abo-Marketing



Referentin

Sigrid Varduhn,
Diplom-Kommunikations-
wirtin, Kommunikations-
trainerin und Verkaufstex-
terin, Die Schreibberatung,
Caputh

Zur richtigen Zeit, mit dem richtigen Angebot, an die richtige Person. Selbst all dies garantiert keinen erfolgreichen Abschluss, wenn das Mailing den Adressaten nicht anspricht.

Die erfahrene Werbetexterin Sigrid Varduhn erläutert in ihrem Schreibworkshop, wie es Ihnen mit Hilfe von einprägsamen, bildhaften und verkaufsfördernden Texten gelingt, Abonnenten zu gewinnen, diese zu binden oder sie zurückzugewinnen. Anhand von praktischen Beispielen erlernen Sie die Grundlagen für verkaufswirksamen Texten.

Dank vieler Checklisten geht Ihnen das Überarbeiten und Beurteilen von Texten anschließend leichter von der Hand. Neue Ideen können Sie direkt umsetzen.

Sie erfahren, wie Abo-Korrespondenz das Mailing unterstützen und dessen Wirkung verstärken kann. Praxisnahe Tipps und Tricks helfen Ihnen dabei, Willkommensbriefe, Reklamationsantworten, und E-Mail-Marketingaktionen erfolgreich zu formulieren und einzusetzen.

Unser Angebot: Schicken Sie uns vor der Veranstaltung ein Textmuster, zu dem Sie eine Auswertung durch die Referentin erhalten. Eine Auswahl dieser Mailings wird auch im Workshop besprochen.

Zielgruppe

Mitarbeiter aus dem Vertriebs- und Abo-Marketing der Zeitungsverlage

Termin

22. November 2010, Berlin

Teilnahmegebühr

€ 390,00 zzgl. MwSt. für Teilnehmer aus den Mitgliedsverlagen der Landesverbände des BDZV
€ 540,00 zzgl. MwSt. für übrige Teilnehmer

Lokale Online-Vermarktung in Zusammenarbeit mit WAN-IFRA

Das Lokale ist seit jeher eine Domäne der Zeitungen. Sie sind Leitmedium für die Leser und für die lokalen Anzeigenkunden. Und auch die Zukunft ist lokal. So wird vor allem dem lokalen Online-Werbemarkt ein hohes Wachstum in den nächsten Jahren vorausgesagt. Das starke Engagement von Weltmarktunternehmen wie Google zeigt, dass diese Prognosen nicht aus der Luft gegriffen sind. Haben die Zeitungen ihr lokales Potenzial schon ausgenutzt?

Für Zeitungsverlage gilt es, ihre lokale Verankerung und Kompetenz auch für den lokalen Online-Markt zu nutzen. Hyperlokale Geschäftsmodelle, Branchenbücher und crossmediale Vermarktungen sind nur einige Stichwörter, die am 2. Dezember 2010 diskutiert werden.

Zum dritten Mal findet die gemeinsame Konferenz von BDZV und WAN-IFRA in Darmstadt statt. Gewinnen Sie Einblicke in erfolgreiche Vermarktungskonzepte im lokalen Umfeld. Sammeln Sie Ideen und Anregungen, wie Sie Ihr Unternehmen auch in schwierigen Zeiten zum Erfolg führen können.

Zielgruppe

Geschäftsführer, Verlags- und Anzeigenleiter sowie Anzeigenverkaufsleiter der Zeitungsverlage, Verantwortliche im Bereich Online-Verkauf

Termin

2. Dezember 2010, Darmstadt

Teilnahmegebühr

€ 590,00 zzgl. MwSt. für Teilnehmer aus den Mitgliedsverlagen der Landesverbände des BDZV und für WAN-IFRA-Mitglieder
€ 790,00 zzgl. MwSt. für übrige Teilnehmer



Die Zeitungsfabrik in Zusammenarbeit mit WAN-IFRA



Abbildung des neuen gemeinsamen Druckzentrums der Verlagsgruppe Rhein Main und des Medienhauses Südhessen

Der Zeitungsverlag, der alles – vom Generieren der Inhalte bis zur Belieferung der Kunden – unter seinem Dach vereint, ist passé. In allen Tätigkeitsfeldern wird geprüft, was wie organisiert werden sollte. Kernkompetenzen werden neu definiert; Outsourcing- und Kooperationsmöglichkeiten evaluiert. Vor allem im Produktionsbereich ist vieles in Bewegung, sei es in der Organisationsstruktur insgesamt oder in den Betriebsabläufen. Die Konferenz „Die Zeitungsfabrik“ ist ein Treffpunkt für Top-Management sowie Entscheidern aus Technologie und Organisationsentwicklung. Was ist technisch möglich? Was ist organisatorisch und kaufmännisch sinnvoll? Dies sind Leitfragen der Konferenz.

Die Themen:

- Kompetenzen
 - Was muss – was sollte – was kann der Verlag der Zukunft leisten?
- Investitionen
 - Wie bleibe ich technologisch wettbewerbsfähig?
 - Wie kann ich dies finanzieren?
- Kooperationen
 - Unter welchen Voraussetzungen sind Kooperationen sinnvoll?
 - Wie müssen diese angelegt sein?

Im Rahmen der Konferenz wird das neue gemeinsame Druckzentrum der Verlagsgruppe Rhein Main und des Medienhauses Südhessen besichtigt.

Zielgruppe

Verleger, Geschäftsführer, Verlagsleiter, Technische Leiter, Produktionsleiter, IT-Leiter

Termin

im Dezember 2010, Mainz

Teilnahmegebühr

€ 890,00 zzgl. MwSt. für Teilnehmer aus den Mitgliedsverlagen der Landesverbände des BDZV und für WAN-IFRA-Mitglieder
€ 1.290,00 zzgl. MwSt. für übrige Teilnehmer

Zeitungen machen mobil – Trends, Potenziale, Erfolgsfaktoren

Spätestens mit dem iPhone wurde das Mobiltelefon weit mehr als nur ein Telefon mit integrierter SMS-Funktion. Mobile Applikationen – sogenannte Apps – haben sich zu einem Massenmarkt entwickelt. Das Mobiltelefon ist damit auch als Spielkonsole, Navigationsgerät und als Medienplattform nutzbar. Immer mehr Verlage starten eigene Apps und experimentieren mit Inhalten und Funktionen. Dabei schwanken die Strategien zwischen Gratis- und Bezahl-Applikationen. Gerade in der mobilen Welt ist Paid Content keine Utopie. Bei aller Euphorie um die Apps, sollte die übrige Welt des mobilen Internets aber nicht aus den Augen verloren werden: Mit der neuen Generation von Geräten und mit attraktiveren Mobilfunktarifen, wird der Zugang zum mobilen Internet noch einfacher und komfortabler. Zudem ist das mobile Internet weit offener als die geschlossene Welt der Apps, die zumindest bei Apple durch einen Genehmigungsprozess laufen müssen.

Im Zentrum der Veranstaltung stehen die strategischen Optionen aus dem Blickwinkel regionaler und lokaler Zeitungsverlage:

- Welche Inhalte und Dienste sind besonders für Applikationen geeignet? Welche sind eher für mobile Webseiten attraktiv?
- Welcher mobile Produktmix verspricht die größten Chancen gerade auch hinsichtlich der Refinanzierung?
 - Wofür zahlt der Nutzer wieviel?
 - Was erwartet der Werbekunde?
- Wie können mobile Dienste sinnvoll in das weitere Produktportfolio der Verlage integriert werden?

Zielgruppe

Verleger, Geschäftsführer, Verlagsleiter, Anzeigenleiter, Marketingleiter, Verantwortliche im Bereich Online-Redaktion und -Management

Termin

16. Dezember 2010, Berlin

Teilnahmegebühr

€ 495,00 zzgl. MwSt. für Teilnehmer aus den Mitgliedsverlagen der Landesverbände des BDZV
€ 695,00 zzgl. MwSt. für übrige Teilnehmer



Am Vorabend der Konferenz findet die „Best of MINDS“-Awards-Verleihung von dpa-infocom statt, zu der alle Teilnehmer herzlich eingeladen sind.

Moderation

Prof. Dr. Thomas Breyer-Mayländer,
Professor für Medienmanagement und Dekan der Fakultät Medien und Informationswesen an der Hochschule Offenburg

September 2010	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	Aktuelles Rechtswissen
16	rund um das Zustellpersonal
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	Praxiswissen IVW – Auflagen, E-Paper
30	und die VA Verbreitungsanalyse

Oktober 2010	
1	
2	
3	
4	
5	Datenschutz im Zeitungsvertrieb: Was ist erlaubt, was nicht?
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	Verantwortung – was nun? Was Sie als Führungskraft erfolgreich macht.
14	Managementtechniken für den Alltag
15	
16	
17	
18	
19	Tablets für Blattmacher
20	<i>in Zusammenarbeit mit dpa-infocom</i>
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	Neuen Lesern auf der Spur – Innovatives Vertriebsmarketing im Zeitungsverlag
28	
29	
30	
31	

November 2010	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	Das Betriebsverfassungsgesetz in Verlagen und Zustellgesellschaften
9	
10	
11	Zeitungsvertrieb im Wandel
12	
13	
14	
15	
16	Neue Themen – Neue Kunden: Magazine, Sonderthemen, Verlagsbeilagen
17	
18	Herausforderung Social Media – Neue Wege für Zeitungsverlage
19	
20	
21	
22	Texten kann man lernen – Erfolgreiche Mailings im Abo-Marketing
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	

Dezember 2010	
1	
2	Lokale Online-Vermarktung <i>in Zusammenarbeit mit WAN-IFRA</i>
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	Im Dezember Die Zeitungsfabrik <i>in Zusammenarbeit mit WAN-IFRA</i>
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	Zeitungen machen mobil – Trends, Potenziale, Erfolgsfaktoren
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	
31	

ZV-Seminar

ZV-Workshop

BDZV/ZV-Konferenz

ZV-Solution

Ihre Ansprechpartner



Jochen Dieckow
Leiter Veranstaltungen,
Training und neue Projekte
Tel. 030/72 62 98 - 242
E-Mail: dieckow@bdzv.de



Jennifer Nehls
Veranstaltungsorganisation
Tel. 030/72 62 98 - 244
E-Mail: nehls@bdzv.de



Claudia Terheyden
Referentin
Tel. 030/72 62 98 - 241
E-Mail: terheyden@bdzv.de



ZV Zeitungs-Verlag Service GmbH
Markgrafenstraße 15
10969 Berlin
Tel.: 030/ 72 62 98-240
Fax: 0 30/ 72 62 98-243
www.zv-online.de