

Pressemitteilung

Kooperationen und Kundenbindung

Jahrestagung des Bundesverband Abonnement erstmals mit Verband Deutscher Lesezirkel

- Über Trends, Kooperationen und zukunftsfähige Abo-Strategien
- Geschäftsmodell Abo bleibt elementarer Faktor für Journalismus
- Rund 140 Teilnehmerinnen und Teilnehmer diskutierten über die Zukunft des Abonnements und des Lesezirkels
- Bundesverband Abonnement: Vorstand neu gewählt

Berlin, 30. Mai 2023. Kooperationen verstärken, gemeinsame Interessen bündeln – dies setzten der Bundesverband Abonnement und der Verband Deutscher Lesezirkel am 23. Mai erstmals mit einer gemeinsamen Jahrestagung in Berlin um.

Kundenbindungsmodelle, die Zukunft des Journalismus sowie die aktuell aufgrund der geopolitischen Lage herausfordernden Rahmenbedingungen mit Inflation, Konsumzurückhaltung und hohen Kosten waren prägende Themen mehrerer Vorträge und einer Podiumsdiskussion. Der Tag stand unter dem Thema „Loyalty – Kundenbindung neu gedacht. Ein Garant für starke Produkte und Medienmarken“.

„Die gemeinsame Tagung mit rund 140 Teilnehmerinnen und Teilnehmern erweitert den Horizont und gibt uns gegenseitig wichtige Impulse“, erklärte **Martin Lange**, Vorsitzender des Bundesverbandes Abonnement. Zudem könne die Bündelung der Interessen gegenüber den Ansprechpartnern in der Politik zukünftig noch viel wichtiger werden.

Keynote-Speaker **Philipp Welte**, Vorstand Burda und Vorstandsvorsitzender des Medienverbandes Freier Presse (MVFP), appellierte gleich zu Beginn der Tagung an das Plenum: „Wir sind in einer schwierigen Situation und brauchen gemeinsame Strategien über alle Vertriebskanäle hinweg!“. Er legte einen Fokus auf die Bedrohungen für den freien Qualitätsjournalismus und sprach den beiden gastgebenden Verbänden Anerkennung für die mit der gemeinsamen Jahrestagung geglückte Synergie aus.

Verleger **Kai Rose**, Geschäftsführender Gesellschafter der Mediengruppe Klambt, der die Geschäftsfelder und Strategien seines Verlages vorstellte, ergänzte in der Diskussion: „Wir brauchen einen lebensnahen Journalismus - wir stehen weiterhin zu unseren Zeitschriftenmarken und sehen sie nicht als verlängerten Arm eines TV-Senders.“

„Abo ist kein One-Night-Stand, sondern Beziehungsarbeit,“ erklärte Berater und Podcaster **Lennart Schneider** in seinem Impuls. Er zeigte in seiner Präsentation Beispiele für den Erfolgsfaktor Kundenbindung verschiedener Produkte sowie Wege auf, die Haltbarkeit von Kundenbeziehungen deutlich zu verlängern.

Schlussendlich sorgte auch das Thema KI für Diskussionsstoff: Philipp Welte brachte es auf den Punkt: „Von Menschen gemacht“, sei ein klares Differenzierungsmerkmal für Medienmarken, deren Bedeutung und Wert. **Martin Lange** ergänzte: „KI wird hinsichtlich der Serviceangebote für das Abonnement eine zentrale Rolle spielen.“ Nicht die Frage ob, sondern die Frage wann und wie die KI eingesetzt wird, sei entscheidend.“

Medienforscherin **Prof. Dr. Alexandra Borchardt**, u.a. Honorarprofessorin an der TUM School of Management, übernahm mit ihrem Vortrag „Medien 2030 – Journalismus verschwindet, wenn er sich nicht wandelt“ die Thematik der heutigen und zukünftigen Mediennutzung, der Erwartungen der Medienkonsumenten und der daraus folgenden Zukunftsszenarien für den Journalismus.

„Je besser und kreativer wir in der Kundenbindung sind, desto verlässlicher ist die Finanzierung des Journalismus aufgestellt,“ schlug **Martin Lange** den Bogen in der lebhaften Diskussion, moderiert von dnv-Chefredakteur Wolfgang Rakel. „Und ich spreche hier nicht vom Abonnement „itself“, sondern der Blick muss sich auf einen Mehrwert für die Kunden richten, indem Angebote je nach Nutzer- und Lebenssituation rund um den relevanten Content platziert werden,“ führte er weiter aus. Für den Lesezirkel stelle **Axel Walkenhorst**, Vorsitzender des Verbands Deutscher Lesezirkel, klar: „Wir sind weiterhin fokussiert auf Print.“ Künftig sieht er vor allem Allianzen und Kooperationen als dringend notwendig an, „ein deutliches Mehr an Miteinander und weniger Ellenbogen-Mentalität.“ Mitdiskutanten waren **Prof. Dr. Alexandra Borchardt**, **Bianca Pohlmann** (Geschäftsführung Funke Medien), **Kai Rose** und **Lennart Schneider**.

Vorstand neu gewählt: Martin Lange als Vorsitzender bestätigt

Zuvor hatten die Mitglieder des Bundesverbandes Abonnement in der internen Versammlung turnusgemäß einen neuen Vorstand gewählt.

Martin Lange (PVZ Pressevertriebszentrale) wurde dabei einstimmig für weitere zwei Jahre in seinem Amt als Vorsitzender bestätigt. Als Stellvertreter wurde Andreas Klinkmann (Funke Medien) ebenfalls einstimmig bestätigt. Neu in den Vorstand wählten die Mitglieder als weiteren Stellvertretenden Vorsitzenden Dr. Henry Meyer zu Schwabedissen (intan service plus GmbH & Co. KG), der somit Frank Reh nachfolgt.

Wilfried Paepcke (Data-Service GmbH), der seit vier Jahren das Vorstandsamt für Finanzen innehatte, kandidierte nicht erneut und wurde mit Dank des Vorstandes und der Mitglieder für seine besonderen Verdienste verabschiedet. Das

Vorstandsamt für Finanzen wurde nicht neu besetzt und wird bis auf Weiteres interimistisch von einem der gewählten Vorstandsmitglieder übernommen.

Auch die Rechnungsprüfer wurden in ihrem Amt bestätigt: Anja Hellmann (Gesellschaft für Mahn- u. Inkassowesen mbH) und Christian Süß (DPV Deutscher Pressevertrieb GmbH)

Wir senden Ihnen gern Fotos zu, eine erste Auswahl fügen wir an – Philipp Welte bei seiner Keynote, Martin Lange zur Eröffnung

Über den Bundesverband Abonnement e. V.

Der Bundesverband Abonnement vertritt mehr als 60 Mitgliedsunternehmen aus der Abonnentenwerbung und dem Vertrieb – darunter etliche Verlage. Er informiert über die Wertigkeit und Relevanz von Abonnements, veranstaltet regelmäßig Tagungen sowie Diskussionsrunden und setzt sich für ein gesetzeskonformes Abo- und Dialogmarketing ein. www.bvabo.de

Pressekontakt:

Kirsten Hedinger, Hedinger Communications GmbH, Paul-Dessau-Str. 3c, 22761 Hamburg, Fon 040/421011-12, E-Mail: Hedinger@Hedinger-PR.de

Medienkontakt:

Geschäftsstelle des Bundesverbands Abonnement e.V.; Telefon: +49 30 3251215-38
info@bvabo.de