

Mobile Responsekanäle für Print gewinnen an Bedeutung

Zielsetzung Reichweite, Zusatzerlöse, Leserbindung – neue technische Lösungen – aktuelle Fallstudien aus der Verlagswelt – Fortsetzung der VDZ White Paper Reihe

Berlin, 1. September 2008 – Statistisch gesehen besitzt jeder Deutsche 1,1 Handys, wobei die Tendenz weiter steigend ist. Die mobilen Datenübertragungsraten wachsen, und die Nutzung der Datendienste über mobile Endgeräte wird immer komfortabler und intensiver. Neueste Schätzungen gehen davon aus, dass 2012 über 8 Millionen Handynutzer in Deutschland Zugang zum mobilen Internet haben werden.

Inzwischen kommen deshalb immer mehr Anbieter auf den Markt, die innovative mobile Responselösungen für Verlage anbieten, um Artikel aus Zeitschriften und Anzeigen ins mobile Internet zu verlängern. Zielsetzung für den Einsatz dieser technischen Lösungen sind gezielte Umsatz- und Reichweitensteigerungen und die Stärkung der Leserbindung.

Neben einer Analyse der aktuellen Entwicklung des mobilen Internets in Deutschland und Europa stellt das neue VDZ White Paper „Mobile Responsekanäle für Print“ in detaillierter Form vier innovative Anbieter mobiler Responselösungen vor. Die zahlreichen Einsatzmöglichkeiten illustrieren ausführlich dargestellte Fallstudien u.a. der Bild-Zeitung, der Welt und der Automobilmarke Mini.

Für die Erstellung des White Papers haben neben Vodafone und der Unternehmensberatung Kirchner+Robrecht zahlreiche weitere Experten exklusives Know-how zur Verfügung gestellt.

Das 8. White Paper kann als Power Point Präsentation (Umfang 180 Charts) beim VDZ per email an a.mumm@vdz.de oder unter www.vdz.de zum Preis von 59 € für Mitglieder und 79 € für Nicht-Mitglieder (jeweils zzgl. MwSt.) bestellt werden.

Weitere Informationen:

Norbert Rüdell

Leiter Presse und Kommunikation

Tel: +49 (30) 72 62 98-162

E-Mail: n.ruedell@vdz.de

Internet: www.vdz.de

Über den VDZ:

Der VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V. ist die Interessenvertretung der deutschen Zeitschriftenbranche. Als Dachverband, organisiert in drei Fachverbänden (Fachpresse, Konfessionelle Presse, Publikumszeitschriften) und sieben Landesverbänden, repräsentieren seine 400 Mitgliedsverlage mit mehr als 3.000 Zeitschriften rund 90 Prozent des deutschen Zeitschriftenmarktes. Als Dienstleistungsverband bietet der VDZ den Verlagen ein breites Spektrum an Beratungs-, Informations- und Serviceleistungen in allen Bereichen des Verlagsgeschäftes (Anzeigen, Vertrieb, New Media, Rechtsfragen, Betriebswirtschaft, Umwelt und Papier). Als Wirtschaftsverband engagiert er sich auf deutscher und europäischer Ebene für die Wahrung und Berücksichtigung der Interessen von Verlagen. Und als Arbeitgeberverband führt er für die Verleger die Tarifverhandlungen mit Redakteuren. Darüber hinaus leistet der VDZ mit der Zeitschriften Akademie einen wesentlichen Beitrag zur Aus- und Weiterbildung in der Medienbranche. Weitere Informationen im Internet unter: www.vdz.de, www.pz-online.de, www.deutsche-fachpresse.de, www.print-wirkt.de, www.zeitschriften-akademie.de, www.crossmedia-cases.de, www.zeitschriftentage.de