

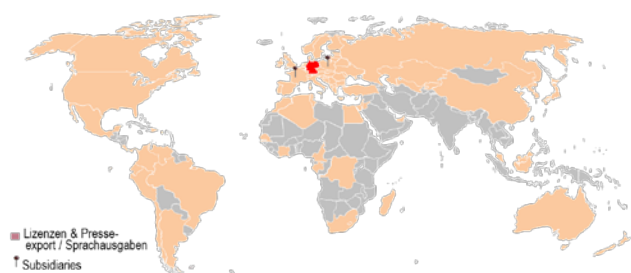
Nationalvertrieb BPV: langfristiger Erfolg mit SI Titeln auch heute noch möglich P

Werbung

M
H
Mit Ausnahme der wenigen großen Verlage vertrauen fast alle deutschen Zeitschriften ihre Vertriebsaufgaben spezialisierten Dienstleistern an. Soweit es um den **Vertrieb der Hefte über den stationären Einzelhandel** geht, sind es die **Nationalvertriebe**, die für die optimale Mengen-Steuerung und die Abrechnung mit den Großhändlern sorgen. Um sich im Wettbewerb erfolgreich zu positionieren, setzen zumindest die größeren Nationalvertriebe zunehmend darauf, auch Leistungen im Bereich Abonnement, Export oder Akquise und Organisation von Sondervertriebswegen anzubieten.

Die **nicht konzerngebundene BPV Medien Vertrieb GmbH** mit ihren Töchtern **BPV Media** (Frankreich) und **BPV Polska** sieht sich in diesem Umfeld als **Boutique-Anbieter mit einem Komplettportfolio** an Vertriebsdienstleistungen. Als mittelständisches Unternehmen steht man den Belangen der ebenfalls in der Regel mittelständischen Kunden sehr nahe. Im internationalen Bereich kann **BPV** sogar mit einem **echten Alleinstellungsmerkmal** punkten, das sein **Verständnis für** die Interessenlage und Denkweise der **Verlage einmalig** machen dürfte. Denn **BPV Medien** tritt **im Ausland für** Titel mit **mehr als 1.200 Ausgaben selber als Verlag** auf. "Wir wissen **mit Haut und Haaren**, was es bedeutet, einen **Titel zu verlegen** und dabei Erfolg oder auch einmal keinen Erfolg zu haben", sagt Martin Lange, Geschäftsführer der **BPV**. Im **Auslandsmarkt** sieht er für Verlage noch **erhebliche nicht ausgeschöpfte Potenziale**, zum Beispiel bei Sport, Gesundheits- und 'Do it Yourself'-Titeln oder auch bei Bildungsthemen.

WORLDWIDE: EXPORT / LIZENZEN / SPRACHAUSGABEN



Viele Verlage denken beim Thema Ausland nur an den Export und übersehen dabei die möglichen **Potenziale einer Markteinführung eines Titels in der Landessprache**. Mit seiner verlegerischen Erfahrung kann **BPV** für seine Kunden valide die Marktchancen einer **Auslands-Ausgabe abschätzen**

und einen **belastbaren Business Case** erstellen. Last not least übernimmt das Unternehmen im Falle einer positiven Entscheidung **jede gewünschte Rolle** – vom reinen Dienstleister über eine Beteiligung an einer **Auslandsunternehmung (Joint Venture)** bis hin zur Rolle als Lizenznehmer und damit **Übernahme der Auslands-Markteinführung auf eigenes Risiko**.

Im **Ausland** liegen erhebliche **Potenziale**, die **nicht nur mit dem Export erschlossen** werden können. So verkauft zum Beispiel der von **BPV** vertriebene Titel **Verena Stricken in Deutschland** vierteljährlich über **65.000 Exemplare** – aber **weitere 300.000** verkaufte Exemplare in anderen Ländern und Sprachen kommen hinzu. Das überzeugte zuletzt den **Ehapa-Verlag**, den **BPV** mit der Erschließung fremdsprachlicher Märkte zu beauftragen.

Verlage

Advertorial BPV

der Boutique-Anbieter mit Komplettportfolio unter den Nationalvertrieben

BPV ist im Ausland auch verlegerisch aktiv

mit "Haut und Haaren" wissen, was es heißt, verlegerisches Risiko zu tragen

Ausland bietet neben dem Export große Vertriebs-Chancen:

Markteinführungen fremdsprachlicher Ausgaben

BPV kann valide Business Cases erstellen und geht ggf auch ins Risiko

65T Verkauf in Deutschland, 300T als fremdsprachliche Ausgaben im Ausland

auch Egmont Ehapa sucht hier nun seine Chancen

Werbeexemplar zur freien Verteilung durch BPV Medien Vertrieb GmbH & Co. KG

Achten Sie das Urheberrecht – dieses Exemplar von pv digest ist ausschließlich zur persönlichen Nutzung bestimmt. Jede elektronische Weitergabe und jede Vervielfältigung ist untersagt. Bitte erfragen Sie gerne unser sehr attraktives Angebot zur Mehrfachnutzung für Kollegen innerhalb Ihrer Firma: abo@pv-digest.de

In Deutschland übernimmt *BPV* für viele Kunden auch den **Abonnement-Service** und **-verkauf**. Mit gutem Erfolg. So wurden Anfang 2012 *Jolie*, *Mädchen* und *Madame* als Kunden gewonnen, die trotz der bekannten Situation im Jugend- und Frauensegment seitdem Pluswerte zwischen 10% und 25% in der Aboauflage vorzuweisen haben (Q1/2012 zu Q3/2014).

"**Im Abo** haben wir uns **nach Werbe-Kanälen aufgestellt** und nicht nach Marken", erläutert Geschäftsführer Martin Lange. "Dadurch können wir **alle Gewinnungswege** im Abonnement **mit Spezialisten** bespielen und **optimal ausschöpfen**". Mit einem eigenen Call Center und hoher Kompetenz im Bereich des Online-Marketing und der Kooperationsanbahnung traut sich die *BPV* auch die **rein erfolgsabhängig vergütete Abogewinnung** für ihre Kunden zu. Auf diese Leistung vertrauen derzeit Verlage aus den Bereichen Automobil (*Octane*), Lifestyle (*We love Living*) und Bildung (*Bayard Media*).

Für den **Aboverkauf über das Web** erstellt das Unternehmen für die von ihm betreuten Marken einerseits jeweils eigene Shops, die neben den Aboangeboten auch die Vermarktung von Einzelheften, Sonderpublikationen oder auch Non-Press Artikeln als E-Commerce-Nebengeschäft ermöglichen. Außerdem betreibt *BPV* mehrere **Multimarken-Shops**, in die weitere Titel aufgenommen werden können. Die präsentierten **Titel profitieren dabei gemeinsam** von frischen Ideen rund um die Abovermarktung; beispielsweise die individuelle Urkunde zum Selberausdrucken für ein Geschenkabo.

Digitale Verlagsprodukte wie Apps und E-Paper liefert *BPV* **über alle digitalen Marktplätze** aus – von *iTunes* über *Google Play* bis hin zu *leserauskunft.de* oder *ikiosk.de* – und übernimmt die IVW-gerechte Abrechnung auch der E-Paper-Verkäufe.

Im Einzelvertriebsmarkt sieht sich die *BPV Medien Vertrieb GmbH* besonders als **Spezialist für kleine Nischen-Titel**. Titel im Special Interest Segment benötigen eine **völlig andere Betreuung als hochauflagige Objekte** und General Interest-Zeitschriften. Die Auflagenplanung ist oft stärker saisongeprägt. In der Zusammenarbeit mit den Presse-Grossisten – die *BPV*-Mitarbeiter sind regelmäßig vor Ort – gilt es, von Ausgabe zu Ausgabe die richtigen Einzelhändler einzuschalten und die optimale Auflage zu ermitteln. Und für einige Titel ist die Erschließung von Sonderverkaufsstellen ein wichtiges Thema.

Dass *BPV* **im Bereich des zielgruppenfokussierten Einzelverkaufs** über **besondere Kompetenzen** verfügt, belegen etliche Titel, die der Vertriebsdienstleister trotz deren niedriger Verkaufsauflagen über einen sehr langen Zeitraum hinaus im Markt erfolgreich platziert hat. Ein **augenfälliges Beispiel** ist der Titel "Die kleine Diana", der **seit rund 30 Jahren** in der Verkaufsgrößenordnung unter **10.000 Exemplare** unterwegs ist und der **zuletzt sogar eine Auflagensteigerung** von 60% verbuchen konnte.

Seit vierzig Jahren ist der kleine aber feine Dienstleister *BPV* im Wettbewerb mit den Großen der Branche erfolgreich unterwegs. Der **nachweisliche Erfolg im Special Interest-Bereich**, das **Komplettangebot** bei den Dienstleistungsbausteinen und vielleicht besonders das **Ausloten der im Ausland vorhandenen Potenziale** verdienen Aufmerksamkeit bei allen Verlagen, die **nach neuen Chancen im Vertriebsmarkt** suchen.

Verlage

BPV verkauft auch Abos und leistet den AboService



Martin Lange,
Geschäftsführer *BPV*

in Multimarken-Shops profitieren alle Titel von Marketing-Innovationen

Belieferung digitaler Kioske

BPV im stationären Einzelhandel Spezialist für Nischen-Titel

SI muss anders betreut werden als General Interest Titel

Beispiel: dauerhafte erfolgreiche Vermarktung im 10TEX-Auflagenbereich

- Erfolg im SI-Segment
- Komplettanbieter
- einzigartige Kompetenz im Ausland

Werbeexemplar zur freien Verteilung durch *BPV Medien Vertrieb GmbH & Co. KG*

Achten Sie das Urheberrecht – dieses Exemplar von *pv digest* ist ausschließlich zur persönlichen Nutzung bestimmt. Jede elektronische Weitergabe und jede Vervielfältigung ist untersagt. Bitte erfragen Sie gerne unser sehr attraktives Angebot zur Mehrfachnutzung für Kollegen innerhalb Ihrer Firma: abo@pv-digest.de