

Neue Herausforderungen

PRINT&more | Herr Lange, Sie sind nun annähernd 100 Tage Vorsitzender des Bundesverbandes Abonnement. Wie sehen Ihre Akzente für die Verbandsarbeit aus?

MARTIN LANGE | Der Bundesverband Abonnement hat ja mit seinen Vorgängerorganisationen, WBZ, AGA und BMD, eine lange Historie und mit dieser auch eine Reihe wichtiger Themen als Mittler zwischen den Werbeunternehmen und den Verlagen bearbeitet. Diese Themen sind eingespielt und wichtig. Aber wir wollen sehr viel stärker noch, gerade im Bereich immens wichtiger technischer Standards, für die Unternehmen arbeiten und ihnen Arbeit abnehmen. Da gibt es noch eine Menge zu tun, um einfach die Prozesse zu optimieren. Standards sind das Zauberwort der Verbandsarbeit, auch in rechtlichen Feldern wie beispielsweise der DSGVO.

Können Sie uns Beispiele nennen, die Ihre Ansätze beschreiben?

Die Unternehmen sollten sich mit Unterstützung des Verbandes zusätzlich zu den halbjährlich erhobenen Auflagenzahlen regelmäßig über weitere Daten, die sogenannten Key Performance Indicators, austauschen. Vorbild ist hier der Bundesverband Presse-Grosso. Darüber hinaus wollen wir unsere Marketingkräfte besser bündeln, das passiert gerade mit einem spannenden Testdurchlauf der im Verband

vertretenen Abo-Online-Shops, die konzertiert zwei Wochen lang einen Zeitschriftentitel hervorgehoben bewerben.

Was hat sich im Laufe der letzten Jahre in der Verbandsarbeit geändert?

Der Verband hat in den vergangenen Jahren außergewöhnliche Umbrüche erlebt, insbesondere durch den kompletten Wegfall der Versicherungssparte und dann vor nunmehr drei Jahren die Beendigung des Buchclubgeschäfts durch Bertelsmann. Heute konzentrieren wir uns auf das Abo-Geschäft der Verlage, aktuell treiben uns neue Initiativen der Politik zum Verbraucherschutz um. Ein früherer Schwerpunkt, die Annahme von Beschwerdeingängen von Abonnenten direkt beim Verband, hat stark abgenommen. Dafür werden wir aber der wachsenden Bedeutung des Abonnements im Auflagenmix gerecht, indem wir die Optimierung von Prozessen zwischen Verlagen und Werbeunternehmen moderieren. ■



Martin Lange, Vorsitzender
Bundesverband Abonnement

IHRE ZENTRALE ANLAUFSTELLE RUND UMS ABONNEMENT

Wir stehen für:

- faire politische Rahmenbedingungen
- das Abonnement der Zukunft
- Kooperationen
- Erfahrungsaustausch

**BUNDESVERBAND
ABONNEMENT**

Bundesverband Abonnement e.V. | Kurfürstendamm 62 | 10707 Berlin
Telefon 030/325 12 15-38 | info@bvabo.de | www.bvabo.de