

Inhaltsverzeichnis

1	Bedeutung des Abonnements im Verlagsgeschäft als Säule des Paid-Content	1
	<i>Thomas Breyer-Mayländer</i>	
2	Zukunft Abo – das wollen die Leser	13
	<i>Peter Lorscheid und Alexander von Reibnitz</i>	
3	Was sind „junge Leser“ im Jahr 2018?	19
	<i>Thorsten Merkle</i>	
4	Ein Clubmodell aus Freiburg: fudders Club der Freunde	23
	<i>Markus Hofmann</i>	
5	Innovative Neukundengewinnung und digitale Wege zum Leser von Morgen	27
	<i>Alexandra Wildner und Thomas Breyer-Mayländer</i>	

X Inhaltsverzeichnis

6	Kundenmanagement in der Medienbranche und crossmediale Optimierung der Abonnementstruktur	35
	<i>Thomas Breyer-Mayländer</i>	
7	Trends in der Kundenbindung: Wo geht die Reise hin?	47
	<i>Matthias Keil</i>	
8	Freunde der ZEIT – Journalismus, der verbindet	53
	<i>Nils von der Kall und Lennart Schneider</i>	
9	AboCard – Bonusprogramm für Zeitungsverlage	57
	<i>Matthias Keil</i>	
10	Customer Engagement – Das Management von nachhaltigen Kundenbeziehungen im digitalen Zeitalter	61
	<i>Thomas Mäling</i>	
11	Hintergrund: Abomarketing im Umfeld disruptiver und nichtdisruptiver Veränderungen aus wissenschaftlicher und praktischer Perspektive	67
	<i>Thomas Breyer-Mayländer</i>	
	Verzeichnis der Autoren/Herausgeber	95
	Literatur	97