

Kommt alles in die Tüte: Medienmix im Buchhandel

Standards

Editorial	3
Marktplatz	6
Inserentenregister	83
Impressum	85
Finale	86

Die Katze im Sack kauft niemand. Deshalb gehören Hörstationen im Buchhandel längst zum guten Ton. Und wie sieht es mit Info-Terminals für DVD-Kostproben aus? Erste Experimente im Buchhandel laufen – und auch sonst entwickelt sich das Filmgeschäft deutlich besser als gedacht: Mit einem Umsatzplus von sechs Prozent zieht die DVD im Buchhandel locker am Hörbuch vorbei, zumindest bei der Wachstumsrate. Was sich auf den beiden Märkten sonst so tut? Einfach umblättern.



© Petra Gass

8 markt



Kleine Schippe mehr 8
Der Hörbuchmarkt ist 2009 nur leicht gewachsen

Rekordjahr für DVDs 11
Der Buchhandel lässt es flimmern

Tiefpreis-Strategie 12
Michael Kölmel von Zweitausendeins

Willkommen im Klub 13
Neue Hörbuchverlage und ihre Programme

Rauchig oder schlank 14
Die Agentur Stimmgerecht vermittelt jede Klangfarbe

15 management



Populäre Paketlösung 15
Editionen sorgen für gute Umsätze

Da bewegt sich was 17
Wie man DVDs präsentiert

Social Web 18
Erfolg mit Twitter und Co.

Geschmackssache 20
Das Erfolgsrezept der Hörcompany-Macherinnen

CD-Verpackungen 21
Eine Glosse

Töne und Trouvailles 21
Klangbücher aus Wien

Radikal subjektiv 22
Dieter Lohr über O-Töne

23 medien



Frühlingserwachen 23
Kleinode aus den neuen Hörbuch-Programmen

All-Age-Audiobooks 26
Fantasy-Helden und Vampir-Romantik

Sprüche vom Rasen 27
Hörbücher zur Fußball-WM in Südafrika

Musik, zwei, drei, vier ... 29
Kinderlieder mit dem Zeug zum Ohrwurm

Großes Kino 31
Ein Streifzug durch die DVD-Novitäten

Schön heiter 34
DVDs für Kinder

36 menschen



Lauscher im Paarlauf 36
Ein Besuch bei Janet Sunjic und Günter Merlau vom Hörspiel-Label Lausch

Stimmkünstler 38
Sprecher Johannes Steck über perfekte Studiotage und gute Stoffe

Pioniergeist 40
Hörbuchhändlerin Ute Romeike