

Initialzündung für mehr Kreativität



Vertriebliches Know-how von A bis Z – Im Sommer stellte die VDZ Zeitschriften Akademie das Vertriebslexikon in einer komplett aktualisierten Neuauflage vor. Das vor zehn Jahren erstmalig erschienene VDZ-Vertriebslexikon hat sich seitdem zum unverzichtbaren Standardwerk in der Vertriebswelt entwickelt.

Die Neuauflage des Lexikons enthält neben den aktualisierten traditionellen Vertriebsbegriffen zahlreiche neue Stichworte, die der Dynamik des Vertriebsmarktes Rechnung tragen. „Besondere Sorgfalt wurde der Erklärung vieler neuer Abkürzungen gewidmet, die erfahrungsgemäß den Quereinsteigern und Nachwuchskräften im vertrieblichen Geschehen Probleme bereiten“, erklärt Ludwig von Jagow, Geschäftsführer Vertrieb, Fachverband Publikumszeitschriften im VDZ.

Regelmäßige Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen gewährleisten einen höheren Grad an Motivation, Einsatzwillen und enge Bindung an das Unternehmen. Attraktive und gehaltvolle Seminarangebote können eine Initialzündung zu mehr Kreativität, Aufbau von fachspezifischen Know-how und einem dauerhaft hohen Leistungsniveau auslösen. Letztlich dienen die Veranstaltungen aber auch als Ideenbörse und Erfahrungsaustausch im Sinne des Best Practice.

Für die Zukunft wünschen wir uns, dass sich die Arbeit der Zeitschriften Akademie weiterhin eng an den Entwicklungen des Marktes orientiert. Wir müssen Themen zur Belegung des Pressegeschäftes ausarbeiten, die auf die wachsenden Anforderungen gerichtet und darauf ausgelegt sind, junge Nachwuchskräfte, Quereinsteiger und gestandene MitarbeiterInnen immer wieder für die Pressevertriebsbranche und ihre Neuerungen zu begeistern.

Aus- und Weiterbildung ist eine der größten Herausforderungen unserer Gesellschaft und damit auch für die Pressevertriebsbranche. Aus- und Weiterbildung ist die Grundvoraussetzung, um den sich ändernden Marktbedingungen erfolgreich begegnen zu können. Die VDZ Zeitschriften Akademie leistet mit ihrem umfangreichen Seminarprogramm in diesem Bereich seit nunmehr 15 Jahren eine herausragende Arbeit für unsere Branche. Hierfür möchte ich meinen aufrichtigen Dank aussprechen. Mein Dank gilt in diesem Zusammenhang auch allen Grosso-Kollegen, die regelmäßig als Referenten für die Akademie tätig sind. Die hier stattfindende Zusammenarbeit zwischen Experten aus Verlagen und Grosso ist ein Garant für die Weiterentwicklung unserer Branche.

Der Berliner Presse Vertrieb (bpv) legt größten Wert auf die qualitative Aus- und Weiterbildung seiner MitarbeiterInnen. Dahinter steckt die tiefe Überzeugung, dass kompetente und motivierte MitarbeiterInnen die Basis für eine erfolgreiche Arbeit des Unternehmens bilden.



*Christoph Nielsen
Geschäftsführer Berliner Presse Vertrieb (bpv)*