



INHALT:

1. So informieren sich die Deutschen	Seite 1
2. Auf dem iPad wird für Zeitschriften meist gezahlt	Seite 6
3. Leser haben veränderte Erwartungen an Fachmedien – Neue Studie des Deutschen Fachverlags	Seite 7
4. Unternehmenskultur: In vielen Firmen fehlt der Respekt	Seite 9
5. Wann verfällt eine Einwilligung in die Zusendung von Werbung?	Seite 13
6. Mit der richtigen Strategie erfolgreich im Ausland verlegen	Seite 14
7. Einkauf in der Pause ist nicht immer unfallversichert	Seite 15
8. Gelbe Karte: Es muss nicht immer eine Abmahnung sein	Seite 16
9. SZV-Jahrestagung: Schon angemeldet?	Seite 17
10. Nächstes SZV-Abendgespräch: „Den Verlag strategisch aufstellen – Der Beitrag von M&A zur Sicherung der Zukunft“	Seite 17

1. So informieren sich die Deutschen

Wenn es darum geht, sich über das Tagesgeschehen und persönliche Interessensgebiete zu informieren, nutzen die Deutschen immer noch stärker die klassischen Medien als das Internet. So ist Spitzenreiter ist nach wie das Fernsehen, das von nahezu allen deutschsprachigen Bundesbürgern über 14 Jahren genutzt wird (95 Prozent), gefolgt vom Radio (84 Prozent), Zeitungen und Zeitschriften (81 Prozent) und dem Internet (55 Prozent). Dies geht aus einer von dem Marktforschungsunternehmen Aris im Auftrag des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) durchgeführten repräsentativen Erhebung zur Mediennutzung und zum Informationsverhalten der Gesellschaft in Deutschland hervor. Befragt wurden im Januar/Februar 2011 insgesamt 1.003 Personen in Privathaushalten mit Festnetztelefonanschluss. Die wichtigsten Studienergebnisse im Überblick lesen Sie am Ende dieses Beitrags.