



Wissensnetzwerk,
Datenbank und Werkstatt für das
Zukunftsfeld junge Leser

„jule ist ein Netzwerk mit dem wir alle einen kompletten, transparenten Überblick bekommen, was getan werden kann, um junge Menschen zur Zeitung zu bringen.“

MARTIN WUNNIKE
VORSITZENDER DER GESCHÄFTSLEITUNG
MITTELBAYERISCHE ZEITUNG

Die jule : Initiative junge Leser GmbH ist das Wissensnetzwerk der Zeitungen für das wichtige Zukunftsfeld junge Leser. Das Netzwerk bilden derzeit mehr als 60 Mitgliedsverlage mit einer Auflage von rund 6 Millionen Exemplaren. Gesellschafter sind der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger BDZV e. V. und die TBM Marketing GmbH.

ERKENNEN. WISSEN. MACHEN.

Die Medienwelt verändert sich schnell. Die jungen Zielgruppen sind printaffin und digital vernetzt zugleich. Die jule : Initiative junge Leser unterstützt Zeitungsverlage dabei, junge Zielgruppen zu gewinnen und zu binden – mit einem prall gefüllten Wissensnetzwerk und allen Leistungen einer modernen Agentur.

DAS WISSENSNETZWERK

Das jule-Wissensnetzwerk bietet den Mitgliedsverlagen aktuelle Informationen und Kontakte rund um das Zukunftsfeld junge Leser. Konzepte, Ideen, Werbemittel, redaktionelle Beispiele, Produkte aus dem Werbemarkt und vieles mehr stehen den Netzwerkern zur Verfügung.

Strategische Entscheidungen und optimale Projektumsetzung werden so erleichtert. Die Spezialisten im jule-Team initiieren, begleiten und moderieren den Austausch, recherchieren und motivieren, um den Wissensinput konstant hoch zu halten.

DIE WISSENSDATENBANK

Im Zentrum steht die passwortgeschützte Datenbank auf www.junge-leser.org. Mehr als 500 Mitarbeiter aus allen Fachbereichen – Vertrieb, Redaktion, Marketing, Werbemarkt – haben Zugriff auf viele Hundert Projektbeschreibungen, redaktionelle Beispiele, Werbemittel, Forschungsberichte, Produkte aus dem Werbemarkt, Best Practice-Beispiele uvm.

jule bündelt bestehendes Wissen und Erfahrungen, stellt es den Mitgliedern zur Verfügung und vernetzt sie. Die Identifizierung zielführender Strategien und effizienter Maßnahmen zur Gewinnung junger Leser – Kinder, Jugendliche, junge Erwachsene und junge Familien – für die Produkte und Plattformen der Zeitungsverlage ist das Ziel. Die Spezialisten aus dem jule-Team stehen jederzeit für konkrete Fragen und Gedankenaustausch zur Verfügung.

WORKSHOPS – DAS NETZWERK IM WIRKLICHEN LEBEN

Bei jährlich zwei großen Workshops präsentieren die Teilnehmer Best Practice-Beispiele aus ihren Häusern und tauschen sich intensiv aus. Schwerpunktworkshops zu Spezialthemen wie Abomarketing in jungen Zielgruppen, Social Media, Schulprojekte, Schreiben für junge Zielgruppen etc. runden das Angebot ab.

DER BEIRAT

Den jule-Beirat bilden Isabella Neven DuMont (Mediengruppe DuMont Schauberg), Martin Wunnike (Mittelbayerische Zeitung), Michael Boll (Solinger Tageblatt), Thomas Breyer-Mayländer (Hochschule für Medien Offenburg), Hans-Joachim Fuhrmann (BDZV) und Armin Maus (Braunschweiger Zeitung).

JAHRESBEITRAG:*

BIS 25.000 AUFLAGE:	2.500 €
25.001 BIS 50.000 AUFLAGE:	4.000 €
50.001 BIS 100.000 AUFLAGE:	5.500 €
AB 100.001 AUFLAGE:	7.000 €

Der Beitritt ist jederzeit möglich.

KONTAKT:

SÖNKE JESSEN

Geschäftsführer jule : Initiative junge Leser
 Telefon: 0 51 39 / 98 44 55
 E-Mail: jessen@junge-leser.org

THORSTEN MERKLE

Geschäftsführer jule : Initiative junge Leser
 Telefon: 0 51 39 / 98 44 50
 E-Mail: merkle@junge-leser.org



*Basis ist die durchschnittliche verkaufte Auflage des Vorjahres. Verlagsgruppen mit mehreren Standorten erhalten einen Preisnachlass (bitte anfragen). Workshopkosten werden umgelegt. Die Teilnahmegebühr deckt die entstehenden Kosten für Tagungshotels und Verpflegung.

„Leseförderung ist eine Investition in die Debattenkultur unserer Gesellschaft.“

HANS GEORG SCHNÜCKER
 SPRECHER DER GESCHÄFTSFÜHRUNG
 VERLAGSGRUPPE RHEIN MAIN

WER HAT ZUGRIFF AUF DIE DATENBANK?

Die Wissensdatenbank der jule : Initiative junge Leser steht ausschließlich den teilnehmenden Verlagen zur Verfügung. Jeder aus dem Verlag benannte Ansprechpartner erhält einen persönlichen Zugang zur Datenbank.

WAS TRAGEN DIE MITGLIEDSVERLAGE BEI?

Das Netzwerk ist stark, weil alle beteiligten Verlage und Mitarbeiter dazu beitragen. Die Netzwerker aus den Häusern unterstützen bei der Ausweitung der Wissensdatenbank (Best Practice-Beispiele, eigene Erfahrungen), mit der Teilnahme an Umfragen, bei Diskussionen im Rahmen von Workshops und durch Kollegenhilfe innerhalb des Netzwerks.

WER SOLLTE AUS MEINEM VERLAG TEILNEHMEN?

Am Netzwerk teilnehmen sollten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus Redaktion, Vertrieb, Marketing und Werbemarkt. jule arbeitet bereichsübergreifend und bietet Expertise, Inhalte und Erkenntnisse für alle Verlagsbereiche. Das Ziel, junge Leser zu gewinnen, kann nur gelingen, wenn abteilungsübergreifende Arbeit gelebt wird.

WARUM SOLLTE MEIN VERLAG BEITRETEN?

Verlagsübergreifende und interdisziplinäre Kommunikation sowie strukturierte Wissensspeicherung helfen dem einzelnen Verlag dabei zu lernen, wie er künftig zur Lebenswelt von Kindern, Jugendlichen, jungen Erwachsenen und Familien gehören kann. Die Kooperation vieler Verlage bei jule wiederum stärkt das Netzwerk.

„Zeitungen sind darauf angewiesen, alle Zielgruppen zu erreichen – Kinder, Heranwachsende, Erwachsene.“

PROF. STEFAN HEIJNK
FACHHOCHSCHULE HANNOVER

WAS HAT MEIN VERLAG DAVON?

jule bietet Wissen, Vernetzung und Investitionssicherung.

- **WISSEN:**

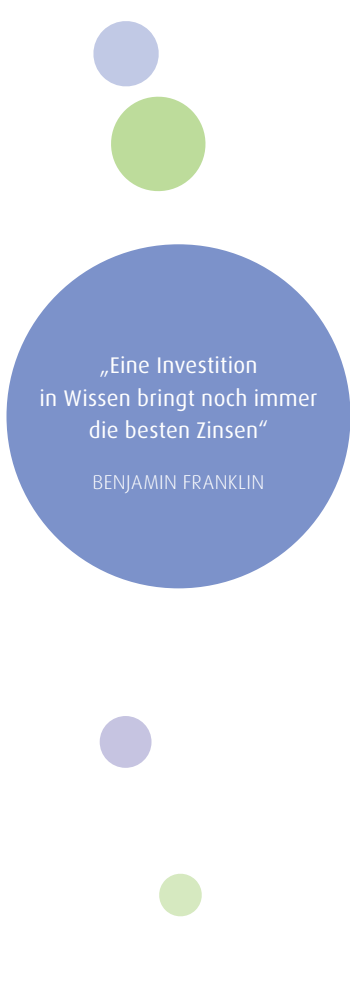
jule betreibt eine Wissensdatenbank mit Konzepten, Ideen, Best Practice-Paketen, Dossiers, Analysen, Forschungsergebnissen, Werbemitteln und redaktionellen Produkten. Blogs und Newsletter sorgen für einen kontinuierlichen Wissensfluss.

- **VERNETZUNG:**

Der strukturierte Informationsaustausch über alle Fachbereiche hinweg knüpft das Netzwerk. Das gilt für die Onlineplattform ebenso wie für die Workshops. Das jule-Team strukturiert und moderiert den Austausch der Teilnehmer.

- **INVESTITIONSSICHERUNG:**

Die im Netzwerk liegenden Ideen und Strategien – insbesondere Vertriebsmaßnahmen, Produkte im Werbemarkt sowie Konzepte zur Ansprache von Sponsoren – können ein Vielfaches des Jahresbeitrags einbringen. Zahlreiche Ideen aus dem Netzwerk sind bereits an anderen Verlagsstandorten erfolgreich adaptiert worden.



„Eine Investition
in Wissen bringt noch immer
die besten Zinsen“

BENJAMIN FRANKLIN

WIE KANN ICH JULE BEITRETEN?

Der Beitritt erfolgt mit dem beiliegenden Formular – entweder per E-Mail oder Fax.

E-Mail an: info@junge-leser.org
 oder
 Fax an: 05139/98 44 70

BEITRITTSERKLÄRUNG JULE : INITIATIVE JUNGE LESER GMBH

Die jule : Initiative junge Leser GmbH ist das Wissensnetzwerk der Zeitungen für das Zukunftsfeld junge Leser. Das Netzwerk bilden die mehr als 60 Mitgliedsverlage mit einer Auflage von rund 6 Millionen Exemplaren. Auf der passwortgeschützten jule-Homepage haben die registrierten Nutzer Zugriff auf Blogs und Berichte über die aktuellsten Entwicklungen im Feld junge Leser. In der Wissensdatenbank liegen viele Hundert Projektbeschreibungen, redaktionelle Beispiele, Werbemittel, Forschungsberichte, Produkte aus dem Werbemarkt, Best Practice-Beispiele uvm.

Die Ansprechpartner/innen für den Bereich junge Leser in unserem Haus sind:

Vorname/Name	Position	Telefon	E-Mail

Vorname/Name	Position	Telefon	E-Mail

Vorname/Name	Position	Telefon	E-Mail

Bitte richten Sie für die Mitarbeiter/innen individuelle Zugänge zur Wissensplattform ein und nehmen Sie zur Vereinbarung des kostenlosen Auftakt-Workshops in unserem Haus Kontakt auf.

Unser Verlag tritt der jule : Initiative junge Leser bei:

Verlag

Vorname/Name	Position	Telefon	E-Mail

Datum / Unterschrift

JAHRESBEITRAG*

bis 25.000 Auflage 2.500 €

bis 50.000 Auflage 4.000 €

bis 100.000 Auflage 5.500 €

ab 100.001 Auflage 7.000 €

FRAGEN BEANTWORTEN

Sönke Jessen 0 51 39 / 98 44 55
 Thorsten Merkle 0 51 39 / 98 44 50

www.junge-leser.org
www.tbm-marketing.net/jule
www.facebook.de/julenews

*Basis durchschnittliche Verkaufte Auflage des Vorjahres, zahlbar als Jahresrechnung. Inklusiv kostenlosem Auftakt-Workshop In-House. Verlagsgruppen mit mehreren Standorten erhalten einen Preisnachlass (bitte anfragen).