

Verlagsförderung 2010

a) Verlags- und Unternehmenskonzept, Werbung und Vertrieb

Mittel- und langfristige Ziele des Verlags

Ziele des Verlags im Jahr 2010

Welche budgetierten Werbe- und Vertriebsmaßnahmen werden 2010 eingesetzt, um o. a. Verlagsziele zu erreichen?

Kosten der Werbe- und Vertriebsmaßnahmen 2010	EURO
Allgemeine Werbe- und Vertriebsmaßnahmen	
Verlagsvorschau, Prospekte und andere Drucksorten	
Teilnahme an Buchmessen	
Inserate	
Buchpräsentationen, Lesereisen, Veranstaltungen	
Web-Auftritt	
Sonstige Maßnahmen	
Insgesamt	

Wurden die Autoren des Verlags im Jahr 2009 mit Preisen ausgezeichnet?

Preis

verliehen von

verliehen an

Preis

verliehen von

verliehen an

Preis

verliehen von

verliehen an

Preis

verliehen von

verliehen an

Preis

verliehen von

verliehen an