

November 2007

Über uns

Tagung mit neuem Außendienst

+++ Vom 5. bis zum 7. November findet eine Tagung mit dem 20-köpfigen Außendienst von DPV Services bei Saarbach statt. Schwerpunkt der Gespräche sind die Maßnahmen für einen erfolgreichen Vertrieb von internationaler Presse in 2008. Dabei werden unter anderem die Besuche bei Grossisten, Bahnhofsbuchhändlern und Einzelhändlern geplant sowie Strategien und Vertriebsaktionen erarbeitet. +++

Zweiter Versandtag bei Saarbach

+++ Zur Optimierung unserer Auslieferung werden wir für die Zeitschriften ab Hürth künftig einen zusätzlichen Versandtag einrichten. Zu dem bestehenden Versand am Montag für den Erscheinungstag Mittwoch kommt der neue Versandtag Mittwoch für den Erscheinungstag Freitag hinzu. Dieser zweite Versandtag ermöglicht es uns eine zeitnähere Erscheinung der Magazine zu gewährleisten und außerdem flexiblere Handhabung, auch im Hinblick auf Nachlieferungen. Der erste zusätzliche Versandtag wird am 07.11.2007 stattfinden. +++

Monocle wieder mit Deutschland-Highlight

+++ Das Magazin „Monocle“ konnte innerhalb kürzester Zeit zu einem Liebling für Leser und Handel avancieren. Highlight des Sommers war die große Spezial-Ausgabe über die zehn lebenswertesten Städte weltweit. München kam hierbei auf den ersten Platz, weshalb es nicht verwunderlich ist, dass sich diese Ausgabe vor allem in Deutschland sehr gut verkaufen konnte. In der nächsten Ausgabe geht es wieder nach Deutschland, denn die Redakteure präsentieren ein Special über die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“. Dazu gibt es einen 14-seitigen Bericht über den Flughafen Tempelhof und weiteres aus der deutschen Kulturszene. Erscheinungstag der November-Ausgabe ist der 31.10.2007. +++

Markt-Info/Handel

Werbeumsätze steigen um vier Prozent

+++ Die Bruttowerbeumsätze der klassischen Medien lagen laut Nielsen Media Research in den ersten neun Monaten mit 14,6 Milliarden Euro um vier Prozent über dem Wert des Vorjahres. Er erwarte "eine insgesamt positive Jahresentwicklung des

November 2007

Bruttowerbemarktes – das fünfte Jahr in Folge", so Nielsen Media Research-Geschäftsführer Ludger Wibbelt. Die Fernsehwerbung verbuchte mit knapp sechs Milliarden (+6,4 Prozent) weiterhin die höchsten Werbeumsätze in den klassischen Medien. Tageszeitungen kamen auf 3,9 Milliarden (+2,7 Prozent), Publikumszeitschriften auf 2,9 Milliarden (-1,3 Prozent), Radio auf 933 Millionen (+8,4 Prozent) und Plakat auf 577 Millionen (+14,8 Prozent). +++

Tageszeitungen haben nichts vom wirtschaftlichen Aufschwung

+++ Trotz des guten wirtschaftlichen Klimas in Deutschland geht es den Tageszeitungen weiterhin schlechter. Sogar die „Süddeutsche Zeitung“, die in der Vergangenheit dazu gewinnen konnte, musste im dritten Quartal dieses Jahres einen knappen Verlust einstecken. Einzig die „Financial Times Deutschland“ konnte leicht auf 103.489 verkaufte Exemplare zulegen. Gegenüber dem Vorjahresquartal ging die Auflage von Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen insgesamt um 2,69 Prozent zurück. In absoluten Zahlen entspricht das einem Minus von gut 725.000 Exemplaren, wie die Zeitungs Marketing Gesellschaft (ZMG) auf Grundlage der IVW-Zahlen fürs dritte Quartal ausgerechnet hat. Die Zeitungen in den alten Bundesländern hatten dabei ähnlich hohe Verluste (-2,67 Prozent) wie die in den neuen Bundesländern (-2,83 Prozent) zu beklagen. +++

Mehr Umsatz für die Verlage

+++ Der Verband der Zeitschriftenverleger gab an, dass der Umsatz der Zeitschriftenverlage im vergangenen Jahr im Vergleich zu 2005 um 1,9 Prozent auf 7,6 Milliarden Euro gestiegen ist. Die Zahl der Beschäftigten veränderte sich mit 36.050 nur marginal. 46 Prozent der Verlage rechnen laut VDZ damit, in diesem Jahr über dem Ertragsniveau von 2006 zu liegen, und 57 Prozent gehen von einem weiteren Wachstum in 2008 aus. Vor allem die Investitionen in Online und Mobile sollen sich dann auszahlen. +++

E-commerce

Bruttowerbemarkt

+++ Der Umfang des Online-Bruttowerbemarktes liegt im Zeitraum Januar bis September 2007 laut Nielsen Media Research bei 756 Millionen Euro. Mit etwas weniger als 280 Millionen Euro haben sich die Bruttowerbeumsätze des Mediums Online im dritten Quartal am deutlichsten hervorgetan. Im ersten und zweiten Quartal lagen die Investitionen bei 212 Millionen Euro bzw. 264 Millionen Euro. Vorjahresvergleiche

November 2007

werden von Nielsen Media in 2007 aufgrund der neuen Erfassungsmethodik der Nielsen Online-Daten auf Streuplanebene für dieses Medium nicht mehr ausgewiesen. +++

Verleger

Axel Springer Schweiz gegründet

+++ Springer fasst die Aktivitäten seiner Schweizer Tochterunternehmen Jean Frey AG und die Verlagsgruppe Handelszeitung, die aus der „Handelszeitung“, der Finanzrundschau AG und der Handelszeitung Fachverlag AG besteht, unter dem neuen Dach Axel Springer Schweiz AG zusammen. Sowohl Jean Frey als auch die Gesellschaften der Handelszeitung sind 100prozentige Töchter der Axel Springer AG in Berlin. +++

Burda will Vogel Burda übernehmen

+++ Der Burda Verlag will das 50:50 Joint Venture mit Vogel Medien lösen und die Vogel Burda Group alleine übernehmen. Vogel Burda verlegt 50 Publikationen in 17 Ländern, darunter zum Beispiel das Magazin „Chip“. Burda begründet die Übernahme, die noch vom Kartellamt abgesegnet werden muss, mit dem hohen Stellenwert der Consumer Technology, die schon jetzt 200 Millionen Euro zum Umsatz des Unternehmens beisteuert. +++

Lifestyle rund ums Auto

+++ Der Deutschen liebstes Spielzeug bekommt eine neue Plattform. Am 15. November erscheint im neuen Verlag Red Indians Publishing erstmals „ramp“, ein Automagazin ohne Auto auf dem Cover. Chefredakteur Michael Köckritz verspricht eine hochwertige Zeitschrift, "losgelöst von allen Zwängen und den üblichen weichgespülten Mainstream-Lifestyle-Ansätzen". Er will "Auto-Geschichten im Kontext von Reisen, Kunst und Kultur, Architektur und Design, Mode und Accessoires" erzählen. Das Magazin hat 240 Seiten, erscheint vierteljährlich und kostet 10 Euro. +++

Springer an Valora interessiert?

+++ Der Axel Springer Verlag soll Interesse an der Kioskkette und der Sparte Press & Books der Handelsgruppe Valora bekunden. Dies meldete die Wirtschaftszeitung "Finanz und Wirtschaft" und beruft sich auf angeblich sichere Quellen. Mit der Kioskkette könnte der Verlag in der Schweiz einen wichtigen Vertriebskanal kontrollieren. Mit dem Blick auf das Vertriebssystem müsse Springer auch an Press & Books interessiert sein. Die Valora-Tochter vertreibt rund 6000 Pressetitel in der Schweiz, Österreich und Luxemburg. Bei Springer mochte man noch keine Stellung zu den

November 2007

Gerüchten nehmen. Bei Valora dementierte man ebenso ein Interesse von Springer.
+++

Gruner +Jahr produziert Apothekenmagazin

+++ Die G+J Corporate Media produziert künftig das Apotheken-Kundenmagazin „vive“. Das Heft wird immer montags in 1.200 Apotheken bundesweit ausgelegt. Die Druckauflage beträgt 180.000 Exemplare. +++

Verkauf der „Süddeutschen“

+++ Das Ringen um den Süddeutschen Verlag (SV) geht in die nächste Runde: Die verkaufswilligen Altgesellschafter haben aus dem Kreis der Kaufinteressenten drei Verlage und zwei Finanzinvestoren ausgewählt, die jetzt zur Buchprüfung schreiten dürfen: Laut Handelsblatt wurden Holtzbrinck, die WAZ-Gruppe und M. DuMont Schauberg sowie zwei unbekannte Finanzinvestoren erhört. +++

Mehr Verkäufe durch weniger Pressevielfalt?

+++ Angesichts der rückläufigen Absatzzahlen im deutschen Pressemarkt werden die Debatten immer hitziger. Neben dem Bundesverband Presse-Grosso schalteten sich hierbei nun auch diverse Verlage ein, um Überlegungen anzustellen, wie man dem Rücklauf entgegen wirken könne. Fokus der Gespräche ist hierbei vor allem der Point of Sale. Peter Würtenberger, Vorsitzender der Verlagsgeschäftsführung Welt Gruppe/Berliner Morgenpost bei Axel Springer propagiert in dieser Diskussion den Ansatz, die Pressevielfalt zu beschneiden, um die Verkäufe zu stärken. Er findet, „die Spielregeln im System müssen im Sinne der großen Anbieter veränderbar sein. Das gesamte Grossosystem wird von Klein- und Kleinstanbietern missbraucht, um ihre Titel auf den Markt zu bringen.“ Nun gibt es jedoch noch andere Meinungen, die den Erhalt der Pressevielfalt als vorrangig erachten und daher das heutige System, das kleineren Titeln, wie zum Beispiel auch den internationalen Magazinen und Tageszeitungen von Saarbach, „für erhaltenswert halten“, wie Werner Schiessl, der Presse-Grosso-Vertreter bekräftigte. Helmut Markwort, Vorstand Hubert Burda Media fügte hinzu, dass sich bei „einer Selektion in Groß und Klein“ die Frage nach der Selektionshoheit stelle. +++

Gruner + Jahr launcht „Gala“ in den Niederlanden

+++ Das internationale Geschäft wächst weiter. Seit dem 27. September gibt es das People-Magazin „Gala“ nun auch in den Niederlanden zum Einführungspreis von einem Euro. Bisher ist das Wochenmagazin in Deutschland, Polen, Russland, Frankreich und Kroatien vertreten. Die Druckauflage für die niederländische Ausgabe beträgt 230.000 Exemplare. Eric Blok, Geschäftsführer von G+J Niederlande, will

November 2007

den Leserinnen ein Magazin bieten, das sich „in Format, Ästhetik und inhaltlichem Anspruch klar von den übrigen People-Titeln in den Niederlanden unterscheidet.“

Das dritte Quartal in Zahlen

+++ Verluste gab es überall. Zulegen konnten aber der „Stern“, die „Freundin“ sowie die Bild-Ableger „Auto Bild“, „Sport Bild“ und „Computer Bild“. Freuen kann sich aber vor allem die „Börse Online“, die 23,20 Prozent im Einzelverkauf zulegen konnte. +++

Kategorie	Titel	Verkauf 03/07	Vergleich zu 03/06
Wöchentliche Magazine	Bild am Sonntag	1.840.169	-7,02%
	Stern	385.719	+3,06%
	Der Spiegel	416.823	-4,28%
	Focus	154.077	-3,97%
	Bunte	379.044	-4,51%
	Gala	213.339	-12,06%
TV Magazine	Hörzu	517.671	-7,00%
	TV 14	1.858.015	-5,32%
	TV Movie	975.485	-2,62%
	TV Spielfilm	751.366	-5,49%
Frauen wöchentlich	Neue Post	707.802	-8,49%
	Freizeit Revue	643.209	-3,97%
	Bild der Frau	907.247	-2,80%
Frauen 14-tägig	Brigitte	283.217	-16,23%
	Freundin	182.496	+11,43%
Frauen monatlich	Elle (German issue)	102.545	-3,60%
	Vogue (German issue)	77.007	-2,75%
Jugend	Bravo	356.610	-14,23%
	Micky Mouse	217.605	-8,70%
Haus & Garten	Homes & Gardens (German)	49.210	-13,14
Lifestyle	FHM (German issue)	87.220	-19,68%
	Playboy (German issue)	108.116	-17,19
Motorpresse	Auto Bild	454.694	+12,25%
Sports	Sport Bild	333.678	+20,96%
Wissenschaft	National Geographic (German)	49.080	-3,77%
Computer	Computer Bild	570.932	+16,58%
	Chip	211.047	-6,11%
Wirtschaft	Capital	11.085	-23,03%
	Börse Online	14.828	+23,20%

November 2007

WAZ-Gruppe gegen die Deutsche Post

+++ Die Pläne der Deutschen Post möglicherweise bald eine Gratiszeitung auf den Markt zu bringen, stößt auf große Kritik bei den deutschen Zeitungsverlegern. Vor allem Bodo Hombach von der WAZ-Gruppe sprach von einem „übermächtigen King Kong“, der seinen Staatseinfluss nutzt. Eine Gratiszeitung würde bloß Köpfe und Papierkörbe verstopfen und wäre ein „wirtschaftlicher Seiltanz“. Grund für den Vorstoß der Post ist wohl die Liberalisierung des deutschen Briefmarktes. Private Anbieter wie die Pin Group, die mehrheitlich zu Springer gehört, nehmen der Post das Geschäft ab. Dafür will die Post die „Bild“ und andere mit einer eigenen Gratiszeitung treffen. +++

„Financial Times Deutschland“ wird nicht vom Spiegel übernommen

+++ Entgegen den ersten Meldungen hat sich die Mitarbeiter KG des Spiegel-Verlags gegen die Übernahme der 50% des Anteils von Pearson ausgesprochen. Ob nun ein anderer Finanzinvestor zuschlagen wird, ist noch unklar. Möglich ist aber auch, dass Gruner + Jahr zunächst den Anteil der Zeitung, an dem das Hamburger Verlagshaus bereits 50 Prozent hält, übernimmt. +++

Für weitere Fragen stehen wir Ihnen gerne jederzeit zur Verfügung:

**Katja Kutsch-Steckstor, Tel: (49) 2233 79 96-86, Fax: (49) 2233 79 96-10
marketing@saarbach.de**

Quellenangaben: medien aktuell, Ausg.-Nr- 41/07, Ausg.-Nr.42/07, Ausg.-Nr. 43/07, Ausg.-Nr. 35, kress report, Ausg.-Nr. 20/07, Ausg.-Nr. 21/07; dnv, Ausg.-Nr. 21/07; Ausgabe Nr. 20; Grosso-intern, Ausg.-Nr. 41/07; Spiegel-Online; w&v-online, horizont.net vom 13.9.07, Handelsblatt v. 10.10.07, Süddeutsche Zeitung v. 24.10.2007