

Juli 2010

## ÜBER UNS

### **„Wer kauft unsere Titel?“ – Die Saarbach-Käuferbefragung**

+++ Um eine genauere Struktur der Käufer von internationalen Zeitungen und Zeitschriften zu erhalten, ließ Saarbach eine Befragung der Käufer von internationaler Presse an den Standorten Frankfurt Hauptbahnhof bei der Bahnhofsbuchhandlung Schmitt & Hahn, Filiale für Internationale Presse, und bei der Bahnhofsbuchhandlung Grauert im Düsseldorfer Hauptbahnhof durchführen. Dies geschah an fünf Werktagen im Mai. Insgesamt war dabei festzustellen, dass die Zahl der männlichen Käufer mit 68,5% um einiges höher lag, als die Anzahl der Frauen, die internationale Zeitungen und Zeitschriften kaufen. Bei der Altersstruktur war besonders auffällig, dass über die Hälfte der Käufer zwischen 30 Jahre und 50 Jahre alt sind und das kein Käufer von internationaler Presse unter 20 Jahren ist. Rund 60% der Käufer kommen außerdem ursprünglich aus dem Ausland, wohnen aber in Deutschland, und circa 40% der Käufer von internationaler Presse sind Deutsche mit Wohnsitz in Deutschland. +++

## MARKT

### **Der deutsche Werbemarkt im Höhenflug**

+++ Es geht offenbar wieder aufwärts. Im Mai dieses Jahres konnte der deutsche Werbemarkt ein weiteres Umsatzplus im Vergleich zum gleichen Zeitraum in 2009 einfahren. Die Bruttowerbeinvestitionen stiegen dabei um 13,5%. Die erste Jahreshälfte scheint damit sehr positiv abzuschließen. Das Fernsehen legte dabei in den ersten fünf Monaten um 16,7% zu, das Internet um 21,2% und das Kino sogar um 32,3%. Die Publikumszeitschriften gewannen immerhin noch 3,2% und das Radio 3,3%. Verluste mussten die Tageszeitungen mit einem Minus von 0,2% und die Fachzeitschriften (-1,4%) hinnehmen. +++

### **GfK-Konsumklima im Mai wieder gesunken**

++++ Die Staatsverschuldung, die Euro-Krise und die diversen Rettungsversuche haben die deutschen Verbraucher verunsichert. Das machte sich im Mai in der neu-

**Juli 2010**

esten Konsumklimastudie bemerkbar. Der Indikator büßt die Gewinne aus dem Vormonat April ein und sank um 18,6 Punkte auf 3,9 Zähler. Die Einkommenserwartung sinkt von 35,2 Punkten auf 23,7 Punkte und entsprechend geht auch die Anschaffungsneigung um 3,5 Zähler auf 18,1 Punkte zurück. Für den Juni prognostiziert der Gesamtindikator einen Wert von 3,5 Punkten nach revidiert 3,7 Zählern im Mai. Sollten sich die Diskussionen um die Stabilität des Euro und die Staatsschulden in absehbarer Zeit legen, beständen gute Aussichten, dass die günstigen Rahmenbedingungen wieder mehr in den Vordergrund rücken, so die GfK. Dann werde sich auch der Konsum wieder stabilisieren können. +++

## **PwC-Studie sagt Zeitungen stabile Vertriebs Erlöse voraus**

+++ Trotz der in den letzten Jahren stetig sinkenden Ausgaben sieht die Studie der Beratungsgesellschaft von PricewaterhouseCoopers stabile Erlöse im Zeitungsmarkt. In der Studie „Global Entertainment and Media Outlook: 2010 – 2014“ geht man für den deutschen Zeitungsmarktes von einem Umsatzanstieg um jährlich 0,7% auf 12,5 Milliarden US-Dollar aus. Damit bliebe Deutschland der größte Zeitungsmarkt in Europa vor Großbritannien (9,3 Milliarden US-Dollar) und Frankreich (4,8 Milliarden US-Dollar). Gleichzeitig würde in Deutschland die Auflage aber auf voraussichtlich 23,5 Millionen verkaufte Exemplare (2009: 25,3 Millionen) sinken. Die Verkaufserlöse bleiben aber wegen der Preiserhöhungen stabil. Für die Publikumsmagazine in Deutschland prognostiziert PwC bis 2014 einen Erlösanstieg um jährlich 0,6% auf knapp 5,7 Milliarden US-Dollar. Dabei bleiben die Umsätze aus dem Verkauf mit gut 3,5 Milliarden US-Dollar ähnlich wie in 2009. Insgesamt werden sich die Zeitschriften-, Zeitungs- und Magazinverlage laut PwC nur langsam vom Umsatzeinbruch der Wirtschaftskrise erholen. +++

## **E-COMMERCE**

### **E-Commerce immer wichtiger bei der Kaufentscheidung**

+++ Yahoo hatte vor kurzem bei der GfK-Gruppe eine Studie zum Verbraucherverhalten im E-Commerce in Auftrag gegeben. Dabei kam heraus, dass das Online-Geschäft auch neben der verbreiteten Nutzung für Käufe der Unterhaltungselektronik einen immer größeren Aufschwung erfährt. 64% der befragten User gaben an, innerhalb des letzten Jahres eine Software- oder Musik-CD/DVD im Internet erworben zu

**Juli 2010**

haben. Kataloge und Anzeigenblätter würden dabei einen immer größeren Bedeutungsverlust zu verzeichnen haben. Die einzige Ausnahme bildet der Markt der Lebensmittel. Prospekte werden mit 54% und Anzeigenblätter mit 56% immer noch gern gelesen. In der Unterhaltungselektronik sieht es dagegen ganz anders aus. Hierbei informieren sich 90% der Befragten mithilfe der Suchmaschine vor einem Kauf über das entsprechende Produkt. Das World Wide Web wird demnach zu einer immer wichtigeren Hilfestellung zur Kaufentscheidung. +++

## VERLEGER

### Zeitungsverlage im Umsatzranking

+++ Auflagenstärkster Tageszeitungsverlag Deutschlands bleibt auch 2010 die Axel Springer AG. Mit einem Marktanteil von 19,6% liegt sie vor der Südwestdeutschen Medien Holding (SWMH), zu der u.a. die „Süddeutsche Zeitung“, die „Freie Presse“ und die „Rheinpfalz“ gehören, und damit auf einen Marktanteil von 8,6% kommt. Springer hat im Vergleich zu 2008 allerdings 2,5% verloren. Der Grund dafür ist klar: Der Konzern hat seitdem zahlreiche Beteiligungen an Tageszeitungen verkauft, u.a. an der Ostsee-Zeitung, der Leipziger Volkszeitung und den Lübecker Nachrichten. Zudem hat sich die Bild-Auflage seit 2008 deutlich verkleinert. Die Marktanteile der Verlage auf den Rängen zwei und drei, SWMH und WAZ, haben sich kaum verändert, der von DuMont Schauberg (Rang vier) hingegen deutlich. Der Marktanteil stieg von 4,2% auf 5,5%. Grund hierfür: DuMont Schauberg übernahm 2008 die „Berliner Zeitung“, den „Berliner Kurier“ und die „Hamburger Morgenpost“. Hinter Ippen folgt dann Madsack auf Platz sechs. Der Marktanteil wuchs von 2,5% auf 4,0%. Madsack übernahm wesentliche Teile der Springer-Regionalzeitungen, kaufte also einen gewissen Springer-Marktanteil ab. Ergänzt wird die Top Ten der Tageszeitungsverlage von der F.A.Z. (3,1%), der ddvg (3,0%), Holtzbrinck (2,3%) und der Rheinischen Post (2,0%), die neu in der Top Ten vertreten ist. Insgesamt belegte die Studie aber, dass die Zeitungen in den vergangenen Jahren einen erheblichen Auflagenverlust verschmerzen mussten. Die Kaufzeitungen haben demnach seit 1995 mehr als ein Drittel ihrer Auflage verloren, die Abonnementzeitungen immerhin mehr als 20%. +++

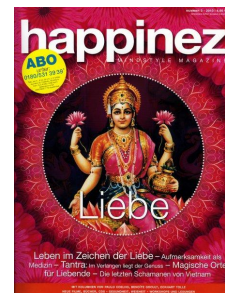
**Juli 2010**

## **Erwerb von ProSiebenSat1-Anteilen erneut abgelehnt**

+++ Auch der Bundesgerichtshof sieht die Gefahr einer marktbeherrschenden Stellung des Oligopols, wenn Axel Springer und ProSiebenSat1 sich zusammenschließen würden. Bereits 2006 wurde der angestrebte Erwerb von ProSiebenSat1-Anteilen durch den Springer-Verlag vom Bundeskartellamt abgelehnt und auch der Einspruch von Springer beim Düsseldorfer Oberlandesgericht brachte keinen Erfolg. Nun wurde das Urteil vom OLG vom BHG bestätigt. +++

## **Neues Frauenmagazin von Bauer**

+++ Das neue Frauenmagazin „Happinez“, das ursprünglich für August angekündigt war, ist bereits am 10. Juni an den Start gegangen. Grund dafür sei die laut Verlag „sehr gute Resonanz aus dem Anzeigenmarkt sowie Expertenkreisen“. Am 26. August soll die zweite Ausgabe kommen, am 14. Oktober die dritte, danach soll der Titel zweimonatlich erscheinen. Inhaltlich geht es vor allem um Esoterik- und Wellness-Themen. Das Titelthema der ersten Ausgabe des aus Holland importierten Lizenz-Magazins ist „Liebe.“ +++



## **FAZ schreibt rote Zahlen**

+++ Wie vorangegangen berichtet, haben alle Tageszeitungen mit Verlusten zu kämpfen. Die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ macht da keine Ausnahme. Die Umsätze sanken in 2009 um drastische 18% auf 252,4 Millionen Euro. Am Ende blieb ein Minus 19,8 Millionen Euro unterm Strich. Der Verlust der FAZ-Verlagsgruppe beträgt sogar 20,5 Millionen Euro. Man bleibt aber trotzdem optimistisch. Laut Verlag zeigen die Sparmaßnahmen schon Wirkung und der Anzeigenmarkt entspanne sich ja auch wieder. Deshalb geht man von einer Erholung des Geschäftes im zweiten Halbjahr 2010 aus, heißt es im Wirtschaftsteil. Vor der Gesellschafterversammlung erklärte die Geschäftsführung der FAZ GmbH, sie sei zuversichtlich, in einem unverändert schwierigen wirtschaftlichen Umfeld ihre Planungen zu erreichen. +++

## **Axel Springer und G+J machen gemeinsame Sache**

+++ Axel Springer und Gruner+Jahr machen gemeinsame Sache, allerdings nicht in Deutschland. Die französische G+J-Tochter Prisma Presse und Axel Springer France planen derzeit einen Markttest mit einem neuen People-Magazin in Frankreich. Die

**Juli 2010**

Zeitschrift trägt den Namen VOILÀ und erscheint am 8. Juli. Sechs Wochen lang soll die Testausgabe im Handel erhältlich sein. Cypypreis und Auflage stehen offiziell noch nicht fest. Dem Vernehmen nach soll die produzierte Stückzahl bei 250.000 Exemplaren liegen. Die Arbeiten werden zwischen beiden Verlagen aufgeteilt. Axel Springer wird über seine Tochtergesellschaft Publications Grand Public Herausgeber von VOILÀ und ist für den Vertrieb zuständig. Prisma Presse übernimmt die Entwicklung, die redaktionelle Gestaltung und das Marketing. +++

## **Burda mit weniger Umsatz aber besseren Ergebnissen**

+++ Hubert Burda Media hat wegen der Wirtschaftskrise weniger umgesetzt. In 2009 sank der Umsatz um 9,3% auf 1,59 Milliarden Euro. Das Ergebnis habe sich laut Unternehmen aber um ein Drittel verbessert. Laut Angaben des „Manager Magazin“, das alle wichtigen Zahlen hierzu veröffentlichte, konnte unter den einzelnen Sparten des Unternehmens nur das Digitalgeschäft seinen Umsatz steigern. Mit einem Plus von 11,6% lag der Umsatz in 2009 bei 379 Millionen Euro. Das Verlagsinlandsgeschäft dagegen verlor um 80,8 Millionen Euro und lag am Ende bei 606 Millionen Euro. Der Umsatz, den Burda im Ausland macht sank über 18% auf 342,8 Millionen Euro, in der Drucksparte verlor man den gleichen Anteil und landete bei 123,8 Millionen Euro. +++

## **Händler in Deutschland**

### **Die Mode- und Designhochburg Hamburg-Rotherbaum**

+++ Rotherbaum gilt zum einen als Stadtteil der Medien, zum anderen sind hier auch viele Werbe- und Modeagenturen ansässig. Berühmte Designer wie Jil Sander stammen schließlich aus Hamburg und besonders der Stadtteil Rotherbaum steht immer noch ganz im Zeichen von Mode und Design. Gökhan Özcan hat dieses Potential erkannt und ist deshalb spezialisiert auf die internationalen Mode-, Design- und Einrichtungsmagazine. Die Kunden aus den



**Juli 2010**

umliegenden Agenturen und Firmen lassen sich daher gerne von Herrn Özcan über Neuerscheinungen informieren und wenden sich auch mit ihren Nachfragen nach neuen Titeln an den freundlichen Händler.



**Bedeutung für internationale Presse:** Hamburg ist zum einen als bekannte deutsche Großstadt natürlich auch ein Touristenmagnet, der Stadtteil Rotherbaum ist aber für das Segment Internationale Presse vor allem durch die kaufkräftige Zielgruppe sehr bedeutend. Klassiker wie die internationalen „Elle“- oder „Vogue“-Ausgaben aus England, Spanien oder Italien und andere hochpreisige Modemagazine gehören hier zu den besonders gefragten Objekten. +++

**Quellen:** dnv, Ausgabe 11-12/2010, dnv online v. 24.06.2010, 25.06.2010, Kress Report, Ausgabe 12/2010, Titelschutz-Anzeiger Nr. 977/2010; Grosso-Intern Nr. 21/2010, Meedia.de, 11.06.2010

**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, [katja.kutsch@saarbach.de](mailto:katja.kutsch@saarbach.de)