

August 2010

## ÜBER UNS

### IP wirbt mit neuer Website und Werbebeilage

+++ Unter dem Motto „Holen Sie sich die Welt nach Hause!“ hat IP Internationale Presse direct GmbH seinen Webshop einem Relaunch unterzogen. Auf der Seite [www.internationalepresse.com](http://www.internationalepresse.com) finden Leser interessante Abo-Angebote für internationale Magazine und Wochenzeitungen. Die neue Optik soll die User vor allem neugierig machen und zum Stöbern anregen. Um den neuen Shop-Auftritt zu promoten, wird eine Beilagenwelle in Höhe von 20.000 Ex in Auflagen bekannter Titel wie die amerikanische „Elle“, „Wallpaper“ und „Scientific American“ geschaltet. Dort wird darauf hingewiesen, dass man sich die Titel auch ganz bequem nach Hause liefern lassen kann, und dass sich im umfassenden Sortiment von IP rund 1260 Titel befinden, auf die man zugreifen kann. +++



**INTERNATIONALE PRESSE:**  
DAS STEHT FÜR INTERNATIONALES LESEVERGNÜGEN.  
1.260 internationale Magazine und Zeitungen. Aus über 30 Ländern.

**IHRE VORTEILE AUF EINEN BLICK:**

- Alle Magazine bequem nach Hause
- Nie wieder eine Ausgabe verpassen
- Internationale Lesefreude zum Superpreis
- Topaktuelle Titel im Original lesen
- Pünktliche Lieferung direkt nach dem Import
- Kundenservice in Deutschland
- Bequeme Bezahlung per Bankenzug möglich
- Bezahlung in Euro

**Drei Top-Angebote zum unmissbar großen Sortiment:**

- FÜR ANGEBOTE 1:** Elle / Elle 2 / Elle 3 - die amerikanische Ausgabe des weltbekanntesten Magazins. Erscheint monatlich. 3 Ausgaben mit nur 20%, Ersparnis gegenüber Einzelkauf für nur 12,- Euro.
- FÜR ANGEBOTE 2:** Wallpaper - ein weltweites Lifestyle-Magazin aus New York und London monatlich. 3 Ausgaben mit 20% Ersparnis gegenüber Einzelkauf für nur 24,- Euro.
- FÜR ANGEBOTE 3:** Scientific American - die weltbekannteste Wissenschafts-Zeitschrift. Erscheint monatlich. 3 Ausgaben mit 10% Ersparnis gegenüber Einzelkauf für nur 24,98 Euro.

**Jetzt im Shop stöbern und bestellen:**  
[WWW.INTERNATIONALE-PRESSE.COM](http://WWW.INTERNATIONALE-PRESSE.COM)

### Neue Strukturierung des DPV-Außendienstes

+++ Viele Grosshäuser sind in der Vergangenheit Fusionen eingegangen, das bedeutet, die Gebiete werden größer und für den einzelnen Bearbeiter auf Handelsseite auch unübersichtlicher. Dieser veränderten Situation ist der DPV nun mit einer Umstrukturierung des Außendienstes begegnet. Dabei werden die Gebietsverteilung der Repräsentanten sukzessive geändert, so dass man in der Lage sein wird, die Grossisten in einer noch höheren Frequenz zu besuchen. Neu ist zudem, dass die Gebiete für die Repräsentanten im Grosso und BB und für die Repräsentanten im Einzelhandel identisch sein werden, was einen schnellen und unkomplizierten Informationsaustausch und eine effektive Bearbeitung aller Handelsstufen im jeweiligen Außendienstgebiet gewährleistet. Die 14 "Repräsentanten Handel" besuchen dabei in erster Linie die Grossisten und BB-Zentralen, sowie im Rahmen ihrer Touren Einzelhändler und BB-Filialen in den jeweiligen Gebieten. Umsatzstarke Grossisten werden sogar wöchentlich besucht, alle anderen fallen in einen zweiwöchentlichen Turnus. Die 20 "Repräsentanten PoS" sorgen wiederum für Schlagkraft im EH und in den BB-Filialen, denn durch die Änderungen wird der DPV in der Lage sein, deutlich

**August 2010**

mehr Besuche im Einzelhandel durchzuführen als bisher. Davon werden natürlich auch die vom DPV-Außendienst betreuten Saarbach-Titel profitieren. +++

## MARKT

### **15,9% weniger Anzeigen in 2009**

+++ In 2009 hatten die Zeitungen, wie bereits im letzten „Globe“ berichtet, erstmals mehr durch den Vertrieb, als durch die Anzeigen verdient. In Zahlen bedeutet das, dass die Anzeigenumsätze mit einem Minus von rund 700 Millionen Euro um 15,9% auf 3,9 Milliarden Euro gesunken sind. Auch in 2010 sind Tendenzen zu erkennen, die in dieselbe Richtung zielen. So verlagern sich die Immobilienanzeigen (minus 19,3%) und die KFZ-Anzeigen (minus 12,8%) auch weiterhin ins Internet. Jörg Lewandowski, Geschäftsführer Verlagswirtschaft, gab sich verhalten optimistisch. „Wenn am Ende des Jahres eine Null steht“, sagte er, „können alle zufrieden sein.“ Immerhin hatte sich die Zahl der Stellenanzeigen wieder stabilisiert. +++

### **Printreichweiten sind weiter rückläufig**

+++ Die Reichweiten von Publikumszeitschriften und Tageszeitungen sinken. Die Allensbacher Werbeträger-Analyse (AWA 2010) weist einen durchschnittlichen Verlust von rund 2% im Vergleich zur Vorjahreserhebung auf. Allerdings hat sich der Abwärtstrend leicht abgeschwächt, nachdem die Printmedien in 2009 ein Gesamtminus von 3,5% hinnehmen mussten. Durchweg im Minus liegen laut AWA vor allem die aktuellen Wochenmagazine. Während der „Stern“ mit einem Verlust von rund 4% weiterhin die Spitzenposition hält (Reichweite 7,6 Mio. Leser), liegt der „Spiegel“ (-2%) an zweiter Stelle. Den deutlichsten Verlust erzielt der „Focus“ aus dem Hause Burda, der im Vergleich zum Vorjahr rund 9% einbüßte. Insgesamt erreicht der „Stern“ nun fast doppelt so viele Leser wie „Focus“. Große Verluste sind außerdem bei den Programmzeitschriften zu vermelden. Hier konnten einzig die „Bild Woche“ mit einem Zuwachs von 28% und „TV Direkt“ (+9%) positive Zahlen vermelden. Wie auch im Einzelverkauf zählt natürlich auch bei dieser Statistik die „Landlust“ zu den großen Gewinnern. Im Vergleich zur AWA 2009 baute der Erfolgstitel seine Leserschaft um über 80% auf 1,4 Millionen Leser aus. +++

August 2010

## Konsumklima in Deutschland wieder gestiegen

+++ Das Konsumklima in Deutschland ist so gut wie seit drei Jahren nicht mehr. Ein Grund wird die weiterhin gute Arbeitsmarktlage sein. Wie die Gesellschaft für Konsumforschung GfK mitteilte, legten die Konjunkturerwartung und die Einkommensaussichten im Juli signifikant zu. Leichte Einbußen gab es bei der Konsumneigung. Der GfK-Konsumklimaindikator prognostiziert damit für August einen Wert von 3,9 Punkten, nach 3,6 Punkten im Juli. +++

## E-COMMERCE

### Werbung im Netz steigt weiter rasant an

+++ Nachdem die schlimmste Krise in der Wirtschaft überstanden ist, sind auch die Prognosen für Werbung wieder freundlicher geworden. Für Deutschland rechnet die Mediaagenturgruppe Zenith Optimedia mit einem Zuwachs von 2%, weltweit soll das Plus bei 2,2% bis 3,5% liegen. Deutlich abheben von diesen Zahlen wird sich aber vor allem der Online-Markt. Hier wurde ein Wachstum von rund 14% prognostiziert. In Zahlen ausgedrückt soll das einen Umsatz von rund 61 Milliarden Dollar sein. Zenith geht aber noch weiter und rechnet schon in 2012 mit 93 Milliarden Dollar Umsatz bei einem Gesamtwerbeumsatz von rund 485 Milliarden Dollar, was das Niveau vor der Krise erstmals wieder überschreiten würde. +++

## VERLEGER

### Der „moderne“ Mann als neue Zielgruppe für Magazine

+++ Der moderne Mann pflegt sich, interessiert sich für modische Outfits und liebt aber weiterhin den Fußball und die Technik. Für diese neu definierte Zielgruppe interessiert sich seit einiger Zeit eben auch die Verlagslandschaft. Burda neuestes Projekt heißt daher "Instyle Men". Der Männer-Ableger des Fashionmagazins "Instyle" erscheint erstmals im September in einem Paket mit der regulären "Instyle"-Ausgabe. Im November erscheint das Männer-Heft dann testweise eigenständig in einer Druckauflage von



**August 2010**

200.000 Exemplaren. Einer der Vorreiter der neuen männlichen Zielgruppe ist vielleicht auch „Gala Men“ von Gruner + Jahr der seit Herbst 2009 erscheint. +++

## **Bertelsmann und Holtzbrinck planen Joint Venture**

+++ Der Medienkonzern Bertelsmann AG und die Georg von Holtzbrinck GmbH & Co. KG haben sich zur Zusammenarbeit im Segment der digitalen Publikationen verabredet. Dazu solle laut dem Branchendienst „New Business“ ein Joint Venture gegründet werden. Die beiden Konzerne beabsichtigen, eine umfangreiche Online-Vertriebsplattform für E-Books zu errichten. Dabei sollen aber nicht nur die Verlagsprodukte der beiden Konzerne, sondern auch die Produkte Dritter vertrieben werden. Das Projekt wurde bei der EU-Kommission zur Prüfung angemeldet. +++

## **Die drei großen Nachrichtenmagazine verlieren an Auflage**

+++ Die drei großen deutschen Magazine „Der Spiegel“, „Stern“ und „Focus“ haben im zweiten Quartal 2010 weiter an Auflage verloren. Dabei mussten die Verluste sowohl auf Seiten des Einzelverkaufs, als auch beim Abonnementgeschäft hingenommen werden. +++

| Titel          | Einzelverkauf 2/2010 | Vergleich 2/2009 | Abo-Verkauf 2/2010 | Vergleich 2/2009 |
|----------------|----------------------|------------------|--------------------|------------------|
| <b>Spiegel</b> | 341.855              | -3,7%            | 467.156            | -1,23%           |
| <b>Stern</b>   | 287.946              | -11,8%           | 303.250            | -3,32%           |
| <b>Focus</b>   | 118.241              | -6,0%            | 232.674            | -23,19%          |

## **Ringier Axel Springer Media übernimmt drei GEO-Lizenzen**

+++ Die Ringier Axel Springer Media AG, ein Joint Venture von Ringier und Springer, das in Osteuropa agiert, hat die Lizenzrechte zur Publikation der Zeitschrift „Geo“ in Ungarn, Tschechien und der Slowakei von Gruner+Jahr übernommen. Von „Geo“ erscheinen inzwischen 20 Länderausgaben in eigenen Verlagen, als Joint Venture oder in Lizenz. Die Übernahme der Lizenzrechte für „Geo“ in Ungarn steht noch unter Vorbehalt der Zustimmung der dortigen Kartellbehörden zum Joint Venture von Ringier und Springer. +++

**August 2010**

## Das 2. Quartal 2010 im Einzelverkauf

+++ Die Verluste sind nicht mehr ganz so drastisch wie sie es in den letzten Quartalen teilweise waren, hier und da sind auch einige sehr positive Zahlen zu finden, so zum Beispiel bei der deutschen „Elle“, „Capital“ und natürlich bei „Landlust“. +++

| Kategorie                    | Titel                        | Verkauf 04/09 | Vergleich zu 04/08 |
|------------------------------|------------------------------|---------------|--------------------|
| <b>Wöchentliche Magazine</b> | Bild am Sonntag              | 1.607.649     | -2,18%             |
|                              | Stern                        | 287.946       | -11,8%             |
|                              | Der Spiegel                  | 341.855       | -3,7%              |
|                              | Focus                        | 118.241       | -6,0%              |
|                              | Bunte                        | 332.397       | 1,47%              |
|                              | Gala                         | 144.957       | -12%               |
|                              | In touch                     | 268.435       | -11,6%             |
| <b>TV Magazine</b>           | Hörzu                        | 466.436       | -3,1%              |
|                              | TV 14                        | 2.009.562     | +6,6%              |
|                              | TV Movie                     | 790.652       | -5,5%              |
|                              | TV Spielfilm                 | 650.952       | -1,4%              |
| <b>Frauen wöchentlich</b>    | Neue Post                    | 578.333       | -7,5%              |
|                              | Freizeit Revue               | 636.850       | +0,6%              |
|                              | Bild der Frau                | 803.309       | +0,95%             |
| <b>Frauen 14-tägig</b>       | Brigitte                     | 240.659       | -1,6%              |
|                              | Freundin                     | 152.885       | -2,8%              |
| <b>Frauen monatlich</b>      | Elle (German issue)          | 79.903        | +8,0%              |
|                              | Vogue (German issue)         | 62.750        | +1,9%              |
| <b>Jugend</b>                | Bravo                        | 393.981       | -3,0%              |
|                              | Micky Mouse                  | 111.210       | -7,7%              |
| <b>Haus &amp; Garten</b>     | Homes & Gardens (German)     | 46.323        | +1,7%              |
|                              | LandLust                     | 437.857       | +70,0%             |
| <b>Lifestyle</b>             | FHM (German issue)           | 64.420        | -12,7%             |
|                              | Playboy (German issue)       | 97.636        | +2,6%              |
| <b>Motorpresse</b>           | Auto Bild                    | 348.111       | -0,52%             |
| <b>Sport</b>                 | Sport Bild                   | 258.092       | -2,16%             |
| <b>Wissenschaft</b>          | National Geographic (German) | 43.222        | +9,9%              |
| <b>Computer</b>              | Computer Bild                | 505.352       | 0,41%              |
|                              | Chip                         | 129.477       | -12,5%             |
| <b>Wirtschaft</b>            | Capital                      | 20.241        | +12,0%             |
|                              | Börse Online                 | 8.647         | +4,0%              |

**August 2010**

## Landleben ist in

+++ Immer mehr Menschen ziehen zwar in die Städte, aber zum Landleben fühlen sich offenbar dennoch viele hingezogen. Zumindest auf dem Papier. Das zeigt nicht nur die einmalige Erfolgsstory von „LandLust“ mit 437.857 Exemplaren. Auch das Magazin „Land Idee“ (Gong Verlag) setzte immerhin 152.493 Hefte am Kiosk ab. „Mein schönes Land“ verkauft sich laut Burda 165.000 Mal und bekommt mit „Meine Landküche“ eine kleine Schwester. Die Zeitschrift kostet 3,80 Euro ist zunächst einmal als Sonderheft konzipiert. Sollte es sich bewähren, ist aber eine regelmäßige Erscheinungsweise geplant. +++



**Quellen:** Finncial Times Deutschland v. 19.07.2010, dnv, Ausgabe 13/2010, dnv online v. 13.07.2010, 14.07.2010, 15.07.2010; Kress Report, Ausgabe 14/2010, Ausgabe 15/2010

**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)