

Juli 2011

## ÜBER UNS



### Saarbach mit großer Vertriebskampagne zur Fürstenhochzeit in Monaco

+++ In enger Kooperation mit den Verlagen aus Frankreich, Spanien und Italien hat sich Saarbach auf die Hochzeit des Jahres in Monaco vorbereitet. Das große Society Event im traditionsreichen Fürstentum weckt bei Lesern der großen People Magazine wieder großes Interesse. So wurden umfangreiche Auflagenerhöhungen für Titel wie *Paris Match*, *Point de Vue*, *Hola*, *Semana*, *Diez Minutos* und weitere durchgeführt und der deutsche Handel so optimal auf das gesellschaftliche Großereignis vorbereitet.+++

## MARKT

### Globale Medienbranche mit mehr Umsatz als vor der Krise

+++ Die Medienindustrie hat sich nach dem Krisenjahr 2009 weitgehend erholt und vermeldet vor allem signifikante Zuwächse bei den digitalen Medien. Die Erlöse aus Werbung, Konsumentenausgaben und Zugangsentgelten sind weltweit um 4,6% in 2010 auf 1,42 Billionen US-Dollar angestiegen und toppen damit den bisherigen Höchststand von 2008. Die Ergebnisse legt PriceWaterhouseCoopers vor und übertrifft damit die eigene Prognose, die ein Wachstum erst 2011 vorhergesagt hatte. Immer wichtiger werden dabei die digitalen Medien, die 2015 ein Drittel der Erlöse ausmachen sollen. Die Zeitungen sollen ihre Position als zweitwichtigstes Werbemedium nach dem Fernsehen in den kommenden Jahren zwar an das Internet verlieren, sie profitieren jedoch immer mehr von den online oder mit digitalen Ausgaben erzielten Werbeerlösen, die 2015 über 10 Prozent der Werbeeinnahmen der Zeitungen ausmachen sollen. +++

### ifo-Index im Juni belegt verhaltene Erwartungen trotz guter Geschäftslage

+++ In der Befragung für die Juni-Auswertung des monatlichen Geschäftsklima-Index bewerteten die Unternehmer ihre momentane Geschäftslage deutlich positiver als im Mai. "Die deutsche Wirtschaft befindet sich in einem robusten Aufschwung", konstatiert das Münchner ifo-Institut - das schlägt sich u.a. in positiven Einschätzungen der aktuellen Geschäftslage nieder. Die Erwartungen für die kommenden Mona-

**Juli 2011**

te sind zwar etwas weniger optimistisch als in den Vormonaten, bleiben aber zuversichtlich. Auch im Einzelhandel ist die derzeitige Geschäftslage unverändert günstig. Gleichzeitig hat jedoch die Zuversicht der Einzelhändler, dass sich die gute Entwicklung auch im Sommer und Frühherbst fortsetzt, erheblich abgenommen - in der Summe liegt der Geschäftsklimaindex im Einzelhandel daher niedriger als im Vormonat. +++

### **Grossisten PV Köln und Probst & Heuser ziehen Fusion zurück**

+++ Das Bundeskartellamt schaut sich geplante Fusionen von Presse-Grossisten zukünftig genauer an als in der Vergangenheit. Mitte Juni hat das Amt umfangreiche Fragebögen an zahlreiche Verlage, Nationalvertriebe und Grosso-Unternehmen verschickt, um sich eine Entscheidungsgrundlage für die im Mai beantragte Fusion von Pressevertrieb Köln, Hürth, und Probst & Heuser, Wuppertal, zu verschaffen. Die beiden Grossisten haben ihren Fusionsantrag nun zurückgezogen, wollen aber zu einem späteren Zeitpunkt erneut beim Bundeskartellamt vorstellig werden. Sie hätten sich aus "verfahrenstechnischen Gründen" für den vorübergehenden Rückzug entschieden und wollten der Behörde die notwendige Zeit einräumen, die Fragebögen auszuwerten, schreiben Pressevertrieb Köln und Probst & Heuser in einer Pressemitteilung: "An unserer Absicht, die beiden Unternehmen zusammenzuschließen, hat sich nichts geändert. Wir werden in absehbarer Zeit den Antrag erneut beim Bundeskartellamt stellen." Trotz der Rücknahme des Antrags müssen alle betroffenen Unternehmen die Fragebögen des Bundeskartellamts beantworten. Bislang hat das Bundeskartellamt Fusionsvorhaben von Presse-Grossisten ohne vertiefte Prüfung genehmigt.+++

## **VERLEGER**



### **FAZ mit höheren Werbeeinnahmen**

+++ Die FAZ-Gruppe rechnet nach einem signifikant besseren Ergebnis im Jahr 2010, auch für 2011 mit guten Zahlen. „Die anziehende Binnennachfrage führt zu steigenden Erlösen im Anzeigengeschäft“, berichtete die Tageszeitung gestern nach der Gesellschafterversammlung. Im insgesamt schrumpfenden Zeitungsmarkt habe die FAZ zudem Anteile gewonnen. Nach einem Fehlbetrag von

**Juli 2011**

19,8 Mio. Euro 2009 erreichte die FAZ im vergangenen Jahr einen Überschuss von 4,8 Mio. Euro. Die Umsatzerlöse stiegen im Vergleich um 7,5 Prozent auf 271,4 Mio. Euro zu, die Eigenkapitalquote legte auf 45,4 Prozent zu. Allerdings ging im Jahresdurchschnitt die verkaufte Auflage der „FAZ“ um 1,1 Prozent auf 364.982 Exemplare zurück. Die Auflage der Sonntagszeitung „F.A.S“ stieg um 1,9 Prozent auf 351.666 Exemplare.

+++

### **„Süddeutsche Zeitung für Kinder“ kommt in den Handel**



+++ Nach einem kleineren Test im Einzelverkauf im Münchener Raum, bringt die Süddeutsche Zeitung ihre vierteljährlich erscheinende Beilage „Süddeutschen Zeitung für Kinder“ nun bundesweit in den Handel. Die Nachwuchsausgabe für Kinder im Tabloidformat erscheint am 9. Juni in den Großstadtgebieten in einer Auflage von 40.000 Exemplaren zum Preis von 1 Euro. „Die ‚Kinder-SZ‘ wird es für unsere Leser auch künftig als Beilage in der ‚Süddeutschen Zeitung‘ geben. Dieser zweite Markttest beschränkt sich zunächst auf die aktuelle Ausgabe“, sagt SZ-Einzelverkaufsleiter Norbert Weger. „Nach Auswertung der Ergebnisse werden wir entscheiden, ob und in welcher Form wir die ‚Kinder-SZ‘ regelmäßig an die Kioske bringen.“+++

### **Personalisierte Tageszeitung „My Newspaper“ startet im November**



+++ Mit Inhalten aus rund 30 nationalen und internationalen Zeitungen will die Swiss Post Ende November eine personalisierte Tageszeitung starten. Mit einer einjährigen Testphase soll der Titel mit dem Produktnamen „My Newspaper“ in der Schweiz auch als gedruckte Ausgabe im Abonnement vertrieben werden. Druckpartner ist die konzerneigene Tochter Swiss Post Solutions AG. Die Software wird von der Schweizer Prevision AG zur Verfügung gestellt. Die digitale Version hingegen wird weltweit erhältlich sein. Nach einer Ankündigung im Frühjahr gab die Swiss Post nun weitere Einzelheiten zu „My Newspaper“ bekannt, so z.B. das auch die digitale Version bezahlpflichtig sein soll, ein konkretes Preismodell gibt es allerdings noch nicht. Nutzer sollen sich ihre persönliche Zeitung im Umfang von 24, 36 oder 64 Seiten zusammenstellen und als PDF-Datei per E-Mail auf ihren

**Juli 2011**

Computer oder Tablet-PC schicken lassen können. Die Swiss Post rechnet in der Pilotphase mit mindestens 1.000 zahlenden Abonnenten.+++



### **Frankreich pusht Zeitschriften mit großer Kampagne**

+++ In Frankreich begann am 16. Juni eine groß angelegte Werbeaktion für Leser und Anzeigenkunden von Magazinen. So können die Franzosen im Aktionszeitraum an 700 Presseverkaufsstellen 3 Tage lang vergünstigt einkaufen: Beim Kauf von 2 Magazinen spart der Käufer einen Euro auf den Gesamtpreis, beim Kauf von 4 Magazinen, 2 Euro etc. die Differenz übernehmen die Zeitschriftenverlage, der 52 teilnehmenden Titel, durchgeführt wird die Promotion von den Verlagen in Kooperation mit den beiden großen Nationalvertrieben Presstalis und MLP. Eine umfangreiche Anzeigenkampagne begleitet die Aktion, im weiteren Verlauf werden auch potenzielle Anzeigenkunden umworben, denen die Verlage günstige Buchungen anbieten. Der Magazinpresse in Frankreich geht es allerdings auch nicht gerade rosig, die verkaufte Auflage der Publikumsmagazine ging laut OJD um 2 Prozent zurück.+++

Quellen: FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND 8. Juni 2011, kress.de 7.6.2011, kress.de 26.6.2011 dnv-online.net v. 7.6.2011, 15.6.2011, 21.06.2011, 28.6.2011, wuv.de 14. Juni 2011, Grosso-Intern, Ausgabe 22/2011,

### **Für weitere Fragen stehen wir Ihnen gerne jederzeit zur Verfügung:**

Béatrice Schneider, Tel: (49) 2233 79 96-57, Fax: (49) 2233 79 96-10,  
[beatrice.schneider@saarbach.de](mailto:beatrice.schneider@saarbach.de)