

November 2011

ÜBER UNS



Saarbach-Team sehr zufrieden mit DISTRIPRESS CONGRESS 2011 in Barcelona

+++ Vom 17. bis 20. Oktober traf sich die internationale Pressevertriebsbranche in Barcelona zum Distripres Congress 2011. Das Team von Saarbach war mit 11 Mitarbeitern aus den Bereichen Vertrieb, Marketing, Logistik und der Geschäftsleitung vertreten. Der Congress bietet einmal im Jahr die einzigartige Gelegenheit im Gespräch aktuelle Entwicklungen zu präsentieren und insbesondere auch den persönlichen Kontakt zu Geschäftspartnern weltweit zu pflegen. Am gemeinsamen Stand von dpv und Saarbach konnten sich beide Unternehmen mit Ihren neuesten Entwicklungen präsentieren und boten ein Forum für Gespräche bei Kaffee und Tapas. Dpv und Saarbach freuten sich über die Wahl von Michael Czedich, Geschäftsführer von dpv Worldwide ins Distripres Executive Committee, einer Wahl bei der fünf Deutsche gewählt wurden und damit das größte Länderkontingent stellen.+++

MARKT

Grosso-Streit: BGH gibt Bauer Recht / Verlag darf Zwischenhändler kündigen

+++ Die Bauer Media Group durfte einen Grossisten kündigen. Dies hat der Bundesgerichtshof (BGH) in Karlsruhe heute entschieden. Bauer sei nicht verpflichtet, seine Presseerzeugnisse im betreffenden Vertriebsgebiet weiterhin an diesen Grossisten zu liefern. "An der Kündigung war Bauer nicht durch die "Gemeinsame Erklärung" gehindert", so der BGH: „Diese begründet für den Verlag keine Rechtswirkungen, denn Bauer ist dieser Erklärung nicht beigetreten und hat ihren Inhalt auch nicht im Wege einer Änderung der Grossisten-Verträge als verbindlich anerkannt.“ Die Klage konnte laut BGH auch nicht auf das Behinderungs- und Diskriminierungsverbot gestützt werden; eine verbotene Diskriminierung liege nicht vor. Es stellt auch keine unbillige Behinderung dar, dass Bauer den Vertrieb seiner Presseerzeugnisse allein seiner eigenen Grosso-Tochter übertrage. „Jedem Unternehmen steht es grundsätz-

November 2011

lich frei, den bisher unabhängigen Händlern übertragenen Vertrieb seiner Produkte selbst zu übernehmen“, so der BGH weiter: Die Pressefreiheit werde durch Bauers Kündigung eines Grossisten-Vertrags nicht in Frage gestellt; dafür gebe es die gesetzlich zugelassene Preisbindung für Zeitungen und Zeitschriften. Das Urteil dürfte allerdings kaum zu einer Kündigungswelle jener Grossisten durch die Verlage führen, die aus Verlagsicht nicht zufrieden stellend arbeiten. Denn allein aus Logistik- und Effizienzgründen werden die Verlage die Distribution ihrer Titel kaum in großem Stil selber in die Hand nehmen wollen. +++

Neues Design: Hollmann eröffnet nach Umbau in der Kö-Galerie



+++Rund 60 Mio. Euro investiert das Düsseldorfer Einkaufszentrum Kö Galerie derzeit in eine umfassende Modernisierung seiner drei Verkaufsebenen. Im Zuge des Umbaus musste auch das Presse- und Tabakfachgeschäft Hollmann auf eine provisorische Fläche innerhalb des Centers umziehen. Nach fünf Monaten nun öffnet Hollmann wieder seine Pforten am altbekannten Standort (zur Grünstraße hin). Das komplett neu gestaltete Geschäft präsentiert sich jetzt in dem eleganten Look, den die Kunden von den Hollmann-Shops am Düsseldorfer Flughafen kennen: mit edlen Hochglanz-Möbeln in Schwarz- und Weiß-Optik will Hollmann seinen Anspruch als Premium-Fachhändler für Zeitungen und Zeitschriften sowie Tabak und Zigarren unterstreichen. Neben einem knapp 2.500 Titel umfassenden Pressesortiment sowie Lotto/Toto sind Zigarren sowie hochwertige Accessoires für Raucher das Aushängeschild des Geschäfts: Das Unternehmen Hollmann Buch & Presse ist mit vier Filialen in der Düsseldorfer Innenstadt sowie sechs Geschäften am Flughafen der Rheinmetropole vertreten. Geschäftsführer ist Daniel Seidl. +++

Drogeriefilialist SCHLECKER verkauft Tageszeitungen

+++ Die Drogeriemarktkette Schlecker steigt in den Tageszeitungsverkauf ein: In etwa 1.000 Filialen in Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein und Niedersachsen testet sie mit vier Titeln den Presseverkauf, berichtet das Branchenportal dnv-online. Der Test soll bis März 2012 laufen, sagte der Marketing-Vorstand des Bundesverbandes Presse-Grosso, Frank Hoffmann, auf Anfrage von dnv-online. In den Filialen,



November 2011

in denen das Tageszeitungsangebot gute Ergebnisse bringe, werde anschließend ein Zeitungs- und Zeitschriften Sortiment auf einem Meter Regalstrecke präsentiert. In den übrigen Verkaufsstellen würden die Zeitungen hingegen wieder aus dem Sortiment genommen werden. Bereits vor dem Test zählte Presse in gut 30 Schlecker-Filialen zum Sortiment. Insgesamt betreibt Schlecker in Deutschland derzeit über 8.000 Verkaufsstellen. +++

VERLEGER

Deutsche Zeitschriftenverlage erwarten 2012 ein Umsatzplus

+++ Laut der aktuellen Herbstumfrage des VDZ (Verband deutscher Zeitschriftenverleger) geht es den Zeitschriftenverlagen im zweiten Jahr in Folge besser. Nach Schätzungen des Verbands steigt der Umsatz dieses Jahr in der Zeitschriftenbranche um 1,4 Prozent auf sieben Milliarden Euro. Die Zahl der Beschäftigten klettert um 2 Prozent auf 33.000 Mitarbeiter. An der Umfrage beteiligten sich 10 Mitgliedsverlage der VDZ. Für das kommende Jahr erwarten die Verlage ein weiteres Umsatzwachstum, allerdings auf niedrigerem Niveau als 2011. Wachstumsmotor der Branche ist vor allem das digitale Angebot. Bis 2014 wird das internetbasierte Geschäft 11 Prozent zum Umsatz beitragen, bei den Publikumszeitschriften sogar 15 Prozent. Der Umsatzanteil der klassischen Anzeigen- und Vertriebs Erlöse wird nach Ansicht des VDZ von aktuell rund 80 Prozent auf ca. 70 Prozent im Jahr 2014 sinken. Im Bereich der Publikumszeitschriften gibt es laut Wolfgang Fürstner, Hauptgeschäftsführer der VDZ positive Entwicklungen: Die Zahl der Publikumszeitschriften erreichten eine Rekordmarke von rund 1600. +++

Showdown bei "France Soir": Online ersetzt Print



+++ Großer Umbau in Frankreichs Medienlandschaft: Als erste Zeitung des Landes plant das Traditionsblatt "France Soir" - nach übereinstimmenden Medienangaben vom Dienstag - die Einstellung seiner Printausgabe. Ab Dezember soll nur noch eine elektronische Version erscheinen. Eine offizielle Bestätigung gibt es dazu bisher nicht. Allerdings streikt die Belegschaft schon einmal im Vorfeld der für Freitag erwarteten Bekanntgabe der Pläne; die Zeitung ist am Dienstag nicht erschienen. Mit der Ein-

November 2011

stellung der Printausgabe dürften nach Schätzungen französischer Medien 89 der 120 Stellen wegfallen. Das Blatt gehört seit 2009 dem russischen Millionär Alexander Pugaschow. "France Soir" hat zu Spitzenzeiten in den 1950er Jahren eine Auflage von mehr als 1,5 Millionen Exemplaren gezählt. Heute kommt es trotz eines Relaunches auf weniger als 70.000 verkaufte Zeitungen - Tendenz: weiter fallend. Das Blatt schreibt Verluste und steht bereits unter Gläubigerschutz. Neu ist das Vorgehen in Frankreich nicht. Bereits im Urlaubsmonat August hat die Wirtschaftszeitung "La Tribune" probeweise für zwei Wochen ihre Printausgabe eingestellt und ist nur noch online erschienen. Auch die Mediengruppe "Le Monde" kündigt neue Online-Aktivitäten im Verbund mit der US-Onlinezeitung "Huffington Post" an. Sie will noch vor Jahresende eine französische Ausgabe ins Internet stellen, die die redaktionellen Artikel des Blattes mit Blogs und Beiträgen der einflussreichen "Huffington Post" verbindet. +++

“The Independent” startet Paywall für US-Leser



+++Nachdem der THE INDEPENDENT Anfang des Monats den Auslandsvertrieb seiner gedruckten Ausgabe eingestellt hatte, setzt die britische Tageszeitung nun auf digitale Medien, um neue Vertriebslöse zu generieren. Denn im Zuge des aktuellen Relaunches der Website THE INDEPENDENT.co.uk wurde eine Bezahlschranke eingeführt - für Leser in den USA und in Kanada. Für alle Nutzer in Großbritannien und anderen Ländern bleibt die Website hingegen frei verfügbar. Nahezu die Hälfte seiner Online-Nutzer hat die Zeitung im Ausland. Außerdem startet der THE INDEPENDENT eine iPad-App zum monatlichen Preis von 19,99 Pfund (23 Euro), die damit doppelt so viel kostet wie die neue iPad-App des Konkurrenten THE GUARDIAN. Genau vor einem Jahr hatte der dem russischen Oligarchen Alexander Lebedew gehörende THE INDEPENDENT eine Kompaktversion der regulären Printausgabe mit dem Namen "i" gestartet, um die Printauflage zu erhöhen. +++

“The Independent” und „Evening Standard“ legen Redaktionen zusammen



+++ Die britischen Zeitungen The Independent und London Evening Standard werden künftig deutlich enger zusammenarbeiten. Beide gehören dem russischen Milliardär Alexander Lebedew. In einem ersten Schritt werden die Sport- und die

November 2011

Wirtschaftsredaktionen zusammengelegt. Laut britischen Medien wird das 20 Redakteure den Job kosten. In einem Statement teilten die Blätter mit: 'Dies ist ein konstruktiver Schritt, der hilft, hohe journalistische Standards zu halten und Kosten zu senken.' Die Chefredakteure beider Zeitungen versicherten, die Identitäten der Blätter blieben erhalten. +++

Nicht von schlechten Eltern: "Brigitte Mom" erscheint 2012 zweimal



+++ Elternglück bei Gruner + Jahr: Der Verlag wird den im September erstmals erschienenen "Brigitte"-Ableger "Brigitte Mom" im kommenden Jahr zweimal an den Kiosk bringen, einmal im Frühjahr und einmal im Herbst. Verlagsleiter Felix Friedlaender bezifferte die von der Startausgabe bislang verkaufte Auflage (das Heft ist noch bis Dezember im Handel) bei einem Pressegespräch auf 70.000 Exemplare. "Brigitte Mom" richtet sich an Mütter und Mütter in spe, versteht sich aber als Frauen-, nicht als Elternzeitschrift: Das Cover zierte denn auch nicht etwa das Foto eines properen Babys, sondern das Konterfei einer nicht minder gut gelaunten jungen Frau.+++

Besser als der Markt: Die 10 umsatzstärksten Zeitschriften im EV

+++ Die zehn umsatzstärksten Zeitschriften im Einzelverkauf zeigen sich im ersten Halbjahr 2011 im Vorjahresvergleich stabiler als sich der Gesamtmarkt entwickelte. Während die Presse-Grossisten für die ersten sechs Monate immerhin ein Umsatzminus von 3,2 Prozent verbuchten, haben sich die Titel von DER SPIEGEL bis HÖRZU mit einem Minus um lediglich 1,2 Prozent deutlich besser entwickelt. Dazu trägt bei, dass immerhin fünf der umsatzstärksten Zeitschriften gegenüber 2010 ein Plus erzielen, ebenso viele liegen unter dem Vorjahresumsatz. Die deutlichste Preissteigerung und das klarste Umsatzplus erzielte im ersten Halbjahr 2011 BILD DER FRAU. Einziger Neueinsteiger in die Top 10 ist HÖRZU, obwohl der TV-Titel fast fünf Prozent an Umsatz einbüßte. Die Zeitschriftendickschiffe haben sich somit besser geschlagen als die Top 100-Titel, die im ersten Halbjahr ein Umsatzminus von 3,3 Prozent erzielten. +++

November 2011

Deutschlands umsatzstärkste Zeitschriften im EV (1. Halbjahr 2011)

Rang	Titel	Umsatz in Mio. Euro	Saldo (in %)
1	DER SPIEGEL	34,3	0,8
2	TV 14	26,3	0,2
3	STERN	25,6	5,7
4	BUNTE	24,4	-4,5
5	FREIZEIT REVUE	23,8	-3,3
6	AUF EINEN BLICK	23,2	-6,6
7	NEUE POST	22,8	0,8
8	BILD DER FRAU	22,3	10,4
9	TV MOVIE	20,4	-5,0
10	HÖRZU	17,5	-4,7

BILD bringt "Sparscheine" in den Handel

+++Axel Springer bringt unter der Marke BILD am 8.11. ein Couponheft, die sogenannten BILD SPARSCHEINE, in den Handel. Für 9,90 Euro bietet das kleinformatische Heft 21 Gutscheine von sogenannten "Top-Anbietern" im Wert von bis zu 600 Euro, den Zugang zu 10.000 weiteren Online- und Mobile-Gutscheinen und einen redaktionellen Teil mit Spartipps für den stationären sowie den Internet-Handel. Die SPARSCHEINE werden in praktischen 5er Displays angeboten und in BILD und BILD AM SONNTAG werblich unterstützt. Die Gutschein-Welle nimmt - beflügelt von Internet-Angeboten wie Groupon etc. - weiter Fahrt auf. Regionale oder lokale Coupon-Bücher wie z.B. der GÜNSTLING finden schon länger reißenden Absatz im Einzelhandel. Auch das Jalag-Magazin PRINZ setzt auf die Schnäppchenmentalität der Deutschen und hat im Zuge seines Relaunches einen Gutscheinanteil eingeführt. +++

November 2011

E-MEDIA

Wie Zeitungen Print in die Zukunft führen

+++Zeitungsverlage müssen ihre gedruckten Produkte - als die Haupteinkaufsquelle - inhaltlich und preislich so positionieren, dass sie nicht durch Apps, E-Paper und E-Reader-Ausgaben substituiert werden. Denn den weitaus größten Teil ihrer Einnahmen erwirtschaften Verlage nach wie vor mit dem Printprodukt – trotz sinkender Auflagen. Digitale Medien verzeichnen zwar rasant steigende Nutzerzahlen, doch redaktionelle Inhalte können sie schwerlich verkaufen. Websites taugen als Bezahlmedium nicht und generieren nicht genügend Werbeerlöse, um den redaktionellen Mehraufwand zu refinanzieren. Apps gelten als Erlösquelle der Zukunft, sind aber bisher nur ein Nischenmarkt. Umso wichtiger ist es in diesem Marktumfeld, die Relevanz der gedruckten Zeitung zu stärken. Ein Überblick über die Strategien der überregionalen Zeitungen, Print in die Zukunft zu führen, bietet die am kommenden Dienstag erscheinende DNV-Ausgabe. +++



Quellen: dnv-online 1.11.2011, 7.11.2011, kontakter.de 03.11.2011, horizont.net 24.10.2011, 3.11.2011 kress 8.9.2011, 9.11.2011. PZ online 12.09.2011, Presse Fachverlag 2011, Handelsblatt 04.11.2011, w&v 11.10.2011, FAZ 4.11.2011

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