

Januar 2012

## ÜBER UNS

### Best Press Shop Contest (BPSC): Saarbach zeichnet Geschäfte aus



+++ Neun Pressehändler mit internationalem Sortiment wurden von Saarbach mit dem Titel „Best Press Shop 2011“ ausgezeichnet. Zum Dank für ihr Engagement um den Verkauf internationaler Presse erhielten sechs Händler einen Zeitungsdrehständer, drei Verkaufsstellen durften sich über einen Regalbaugutschein freuen. Laut einer EHA STRA - Abfrage werden in Deutschland mehr als 8.000 Presseverkaufsstellen mit internationaler Presse beliefert. Daraus wurden Händler selektiert, die mehr als sechs Nationalitäten im Sortiment führen. Im Anschluss wurden 450 Pressegeschäfte vom Außendienst des DPV besucht. Die folgenden Pressegeschäfte sind dabei besonders positiv aufgefallen und bekamen dafür das Zertifikat Best Press Shop 2011 verliehen:

Kulturkaufhaus Dussmann, (Berlin), Suzan, (Dortmund), Tabakshop Föry, (Rastatt), Eva Declercq, (Offenburg), Cemal Alptürk, (Berlin), Tabak-Börse Böhme, (Sarstedt), pre.go Klett-Passage, (Stuttgart), Tabak Fuchs, (Velbert), Tabak Shop Spehn, (Trossingen).

## MARKT

### Grundsatzentscheidungen über deutsches Grosso-System erwartet

+++ Zwei Gerichtsverfahren entscheiden über die Zukunft des Vertriebs von Zeitungen und Zeitschriften in Deutschland. Bereits im Oktober urteilte der Bundesgerichtshof in Karlsruhe, im Januar wird vor dem Landgericht in Köln verhandelt. In beiden Fällen ist der Bauer-Verlag involviert. Die Branche fürchtet um ihr Grosso-System – und damit um die Meinungsvielfalt am Kiosk. Für die Grosso-Branche ist es wahrscheinlich die wichtigste Gerichtsverhandlung seit Jahren. Sie findet am 24. Januar 2012 ab 11 Uhr im Saal 227 des Landgerichts Köln statt. Der Prozess soll klären, ob es zulässig ist, dass der Bundesverband Pressegrasso im Namen aller Grossisten darüber verhandelt, wie viel Grossisten und Verlage jeweils an einem verkauften Zeitungs- oder Zeitschriftenexemplar verdienen. Kläger ist die Bauer Media Group, die Titel wie „TV Movie“ und „Auf einen Blick“ herausgibt. Exakt ein Vierteljahr liegt zwischen diesem Termin (Az: 88 O 17/11) und dem letzten wegweisenden Rechtsstreit zwischen Bauer und der Grosso-Branche: Am 24. Oktober entschied der Bundesgerichtshof (BGH) in Karlsruhe, dass Bauer Anfang 2009 dem Elmshorner Pres-

Januar 2012

segrossisten Heinz-Ulrich Grade ohne Angaben von Gründen kündigen und ihn durch die konzerneigene Firma PVN ersetzen durfte. +++

### **Valora schließt neuen Kredit ab**

+++ Bereits 2010 hatte der Schweizer Valora-Konzern angekündigt, bis 2015 eines der führenden Handelsunternehmen Europas werden zu wollen. Für die weitere Expansion hat sich das Unternehmen nun frisches Kapital beschafft. Am 30. November schloss Valora einen Vertrag mit 13 schweizerischen sowie ausländischen Banken über einen Syndikatskredit in der Höhe von 300 Mio. Schweizer Franken ab. Die neue Vereinbarung unter der Federführung der UBS AG ersetzt die bisherige Kreditfazilität in der Höhe von 200 Mio. Franken. Die Laufzeit des Kredits beträgt fünf Jahre. Das Wachstum unter dem Stichwort „Valora4Growth“ soll, wie im November 2010 kommuniziert, aus bestehenden Eigen- und Fremdmitteln finanziert werden. Aus diesem Grund sieht Valora eigenen Angaben zufolge derzeit keinen Bedarf, von der im April 2011 von der Generalversammlung erteilten Ermächtigung zur Erhöhung des Kapitals Gebrauch zu machen. Trotz der derzeit schwierigen Geschäftslage will Valora den Aktionären an der kommenden Generalversammlung für das Geschäftsjahr 2011 eine unveränderte Dividende von 11,50 CHF je Aktie vorschlagen. +++

### **Valora darf Falter übernehmen und eröffnet erstmals eine P&B-Filiale in**



#### **Berliner Einkaufszentrum**

+++Das Filialnetz von Valora Retail Deutschland wächst um zwölf Bahnhofsbuchhandlungen in Nordrhein-Westfalen: Das Bundeskartellamt hat diese Woche die Übernahme der Geschäfte des Aachener Unternehmens Falter Bücher und Presse genehmigt. Bahnhofsbuchhandlungen an frequenzstarken Verkehrsstandorten wie Münster, Aachen und Bochum gehen damit an den Marktführer der Branche über. Die weiteren Geschäfte, die Teil der Übernahme sind, befinden sich in Düren, Euskirchen, Krefeld, Mönchengladbach, Rheydt, Siegburg und Solingen. Valora Retail führt damit jetzt in NRW 37 Filialen an 30 Bahnhöfen. +++



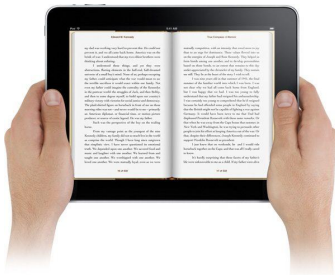
Schon im September hatte Valora Retail Deutschland angekündigt, mit der Presse- und Buchhandelsmarke P&B auch jenseits von Gleis und Gate zu expandieren. Jetzt eröffnete wie geplant eine 260 Quadratmeter große P&B-Filiale im Berliner Vorzeige-Einkaufszentrum Europa-Center. Das Geschäft hat etwa 100 Zeitungen, knapp 2.300 Zeitschriften sowie 3.000 Bücher im Sortiment. Wie in anderen P&B-Shops – zum Beispiel in der Hamburger Wandelhalle – hat Valora auch im Europa-

Januar 2012

Center einen Postschalter in das Geschäft integriert, um von der damit verbundenen Frequenz zu profitieren. Das Europa-Center in Berlin sieht er als „äußerst attraktiven Pilot-Standort“ für P&B außerhalb von Verkehrsknotenpunkten. Das Einkaufszentrum am Breitscheidplatz in Berlin-Charlottenburg wird täglich von bis zu 40.000 Menschen besucht. +++

## E-MEDIA

### E-Books: Kartellverdacht gegen Apple und Verlage



+++ Der Computerkonzern Apple könnte nach Ansicht der EU-Kommission gemeinsam mit internationalen Großverlagen ein Kartell bei digitalen Büchern gebildet haben. Europas oberste Wettbewerbshüter haben daher ein Kartellverfahren eingeleitet, um den Verdacht zu prüfen. Betroffen sei auch die deutsche Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck unter anderem mit dem Verlagshaus Macmillan, teilte die EU-Behörde in Brüssel mit. Das Verfahren richtet sich gegen fünf Verlage. Dazu gehören neben Georg von Holtzbrinck auch Hachette Livre aus Frankreich, Harper Collins (USA), Simon & Schuster (USA) sowie Penguin (Großbritannien). Eine Frist für den Abschluss der Untersuchung gibt es nicht. Sollten sich die Vorwürfe der EU-Kommission erhärten, drohen den Unternehmen hohe Geldbußen. Preis- und Marktabsprachen zum Schaden von Verbrauchern und Kunden sind in der EU streng verboten.+++

### ZMG-Verlagsumfrage: Zeitungs-Apps auf dem Vormarsch



+++ Die Bedeutung von Apps nimmt für Tageszeitungen rasant zu. Das ist das Ergebnis einer Verlagsumfrage der ZMG Zeitung Marketing Gesellschaft. Demnach bieten 61 Prozent der Verlage Apps für Tablet-PCs oder andere mobile Endgeräte an. Davon ist der überwiegende Teil (68 Prozent) kostenpflichtig. Ein Drittel der Verlage bietet für ihre Apps eigenen Content, nutzt dabei also nicht ausschließlich Inhalte der Printausgabe oder der Website. Von den Verlagshäusern, die bisher noch keine App anbieten, planen 57 Prozent demnächst eine mobile Anwendung oder sind bereits dabei, diese zu entwickeln. Insgesamt haben 71 Verlage an der Auswertung teilgenommen. +++

Januar 2012

## VERLEGER

### 30 Prozent Mehrverkäufe bei Gattungsmarketingaktion



+++ Die Kölner Presse-Grosso Marketing GmbH (PGM) sowie die Verlage und Nationalvertriebe Condé Nast, DPV Gruner+Jahr, MZV Moderner Zeitschriften Vertrieb und Olympia-Verlag haben im Herbst 2011 unter dem Motto „Männer sind ... vielseitig“ bundesweit für Zeitschriften des gehobenen Männersegments geworben. Im Zeitraum vom 15. August bis 9. September wurden die Männerzeitschriften GQ, KICKER, MEN'S HEALTH und PLAYBOY hervorgehoben im Pressehandel präsentiert. Bundesweit akquirierten die Grosso-Firmen 1.700 Einzelhändler für die Teilnahme an der Aktion. Nach vollständiger Remission stehen nun die Aktionsergebnisse fest: „Alle vier Titel weisen in ihrer Aktionsausgabe deutliche Zugewinne auf. Insgesamt ist der Verkaufsdurchschnitt pro Aktionshändler im Vergleich zu den Nicht-Aktionshändlern mehr als doppelt so hoch. Besonders positiv bewerten wir die gemessene Absatzsteigerung durch die Aktion; wir verzeichnen ein Plus bei den Aktionsteilnehmern von rund 30 Prozent“, erläutert Elmar Mathews, Geschäftsführer Presse-Grosso Marketing GmbH.

„Der Erfolg der Initiative zeigt, wie viel Potenzial auch für den Handel in dem Segment der niveauvollen Männermagazine steckt. Sehr effektiv ist es mit der Aktion gelungen, die Gattung stärker in die Wahrnehmung der Leser zu rücken“, zeigt sich Mitinitiator Roland Bollendorf, Vertriebsdirektor der Condé Nast Verlags GmbH, ebenfalls zufrieden mit der Kampagne und der gesteigerten Positionierung der Titel am Point of Sale. +++

### Lagardère und Hearst schließen Megadeal ab



+++ Der französische Mischkonzern Lagardère hat sich von sieben chinesischen Zeitschriften getrennt. Wie das Unternehmen mitteilt, seien entsprechende Verhandlungen mit der US-amerikanischen Hearst Corporation abgeschlossen. Kurz vor dem Abschluss steht zudem der Verkauf einer Beteiligung an MARIE CLAIRE. Damit ist ein Anfang 2011 verkündeter Megadeal zwischen Hearst und Lagardère

Januar 2012

nahezu abgeschlossen, demzufolge Hearst die Rechte an mehr als 100 Magazinen aus 15 Ländern von L'Oréal übernimmt. Nur die Marke ELLE und alle Rechte für das Merchandising sind beim Ursprungsverlag L'Oréal verblieben. Mit dem Verkauf seiner Zeitschriftensparte hat L'Oréal nach eigenen Angaben 659 Mio. Euro erzielt. +++

### Branchenprognose der Zeitungsverleger: "Voraussichtlich ein wenig besser als 2011"



+++ BDZV-Präsident Helmut Heinen ist vorsichtig optimistisch für das kommende Jahr. "Der Branche wird es voraussichtlich ein wenig besser gehen als 2011", sagte BDZV-Präsident Helmut Heinen am Donnerstag der dpa. Er rechnet für 2012 mit zumindest stabilen Einnahmen aus dem Vertrieb und Werbeerlösen etwa in der Höhe des Vorjahres, "immer vorausgesetzt, dass die Euro-Krise die deutsche Wirtschaft nicht in einen starken Abschwung stürzt". Der Auflagenrückgang von derzeit zwei bis drei Prozent im Jahr könnte sich etwas verlangsamen, zumal die Branche immer größere Erfolge bei den Online-Reichweiten und bezahlten Inhalten erziele. Weiter sagte Heinen, dass die Entwicklung der Branche in 2011 "zufriedenstellend" sei. Die Einnahmen der Verlage seien etwa stabil geblieben. Rückläufige Werbeumsätze in einer Größenordnung von minus 3,5% könnten mit steigenden Vertriebseinnahmen ausgeglichen werden. Im Vergleich zur Entwicklung der Gesamtwirtschaft sei das Jahr aber enttäuschend verlaufen. In einigen Regionen mit Abwanderung und schwacher Wirtschaftsleistung sind aus Sicht des BDZV-Präsidenten qualitativ hochwertige journalistische Angebote nur schwer zu halten. Heinen betonte die Notwendigkeit, Fusionen zu erleichtern. Der Gesetzentwurf der Bundesregierung gehe aber noch nicht weit genug. Insbesondere sollte die Möglichkeit geschaffen werden, Zeitungen rechtzeitig zu retten, bevor sie insolvent sind. +++

### Größter US-Zeitungsverlag kündigt Online-Paywalls an



+++ Immer mehr US-Verlage entscheiden sich angesichts des erodierenden Printgeschäfts dazu, ihre Online-Inhalte durch Bezahlschranken zu schützen und dadurch digitale Abonnenten zu gewinnen. Nun hat die Chefin des größten US-Zeitungsverlags Gannett Co., Gracia Martore, vor Analysten angekündigt, Anfang kommenden Jahres die Nutzungsbeschränkungen ihrer Zeitungs-Websites weiter auszubauen. Gannett gibt landesweit 82 Zeitungen heraus, darunter den Auflagemarktführer USA TODAY. Seit dem vergangenen Jahr hatte Gannett bei drei seiner Zeitungen mit Paywalls experimentiert. Vor allem seit das WALL

Januar 2012

STREET JOURNAL und die NEW YORK TIMES in sogenannten "metered models" eine Beschränkung ab einer bestimmten Anzahl von gelesenen Artikeln eingeführt hat, ziehen immer mehr Marktteilnehmer nach. Auf dem deutschen Markt hat es bisher nur halbherzige Versuche gegeben, Online-Inhalte bezahlpflichtig zu machen. Hierzulande setzen die Zeitungsverleger bislang auf freie Websites und kostenpflichtige Apps. +++

## 2012 lässt auf viele neue Frauen-Magazine hoffen



Ein Blick auf das Fact Sheet der neuen "Season"

++ Es ist schwierig weibliche Leser dauerhaft an ein Magazin zu binden, sagt Volker Breid, Geschäftsführer des Bereichs Frauen/Familie/People bei Europas größtem Zeitschriftenhaus Gruner + Jahr: „Ein Fluch, weil sich fast kein Titel sicher sein kann, eine Leserin dauerhaft an sich binden zu können. Und ein Segen, weil auch neue Hefte eine Chance haben und die Verlage in diesem Markt mehr ausprobieren können.“ Genau die Herausforderung wird G+J aufnehmen, mit einem neuen 2-monatlichen Frauenmagazin namens „Season“. Laut Entwicklungschefredakteurin Bettina Wündrich ist ‚Season‘ „eine Geheimwaffe gegen das Zuviel, gegen das Chaos“. Erstmals soll „Season“ am 29. Februar erscheinen und auch ein wenig Online-Shop sein, da alle im Heft vorgestellten Produkte von den Lesern auf der

Website bestellt werden können. „Wohl in keinem anderen Segment wird so stark um die Gunst der Leserinnen gekämpft wie im Bereich der Frauenzeitschriften. 34 wöchentlich erscheinende Titel (verkaufte Auflage insgesamt: 9,9 Millionen Stück, IVW 3. Quartal 2011), vier 14-tägliche (1,7 Millionen Stück) und 53 Monatstitel (9,9 Millionen Stück) konkurrieren bereits jetzt miteinander. Und trotzdem werden in keinem anderen Segment so viele neue Titel lanciert – denn dank der Experimentierfreudigkeit der Leserinnen dürfen sich neue Magazine Hoffnung machen, nicht nur zum kurzfristigen Flirt, sondern zum dauerhaften Partner auserkoren zu werden. Das wollen in diesem Jahr gleich mehrere Verlage ausnutzen. Marquard Media („Cosmopolitan“, „Shape“) will mit „Hot“ ein Projekt starten, das eine Kombination aus Magazin und Website sein soll. Und nach den zwei gut gelaufenen Testausgaben von „Cover“ mit um die 80 000 verkauften Exemplaren wird Burda den Titel wohl regelmäßig an den Kiosk bringen. Auch an einer deutschen Ausgabe des Modemagazins „Harper's Bazaar“ soll der Verlag Interesse haben. +++

## Immer mehr Zeitschriften als Apps - aber auch Zuwachs bei Auflagen der Printtitel

+++ Die deutschen Zeitschriftenverleger gehen in die Offensive. Blickten viele von ihnen vor nicht allzu langer Zeit sorgenvoll auf die digitalen Herausforderungen, nutzen sie inzwischen

**Januar 2012**

die Chance, sich neue Verbreitungswege für ihre Inhalte zu erschließen. So hat sich innerhalb der vergangenen neun Monate die Zahl der von Verlagen angebotenen Bezahl-Apps vervierfacht, wie eine Umfrage des Verbands Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) zeigt. Doch nicht nur im digitalen Bereich entwickelt sich die Branche positiv, gab der Verband bei seiner Jahrespressekonferenz am Donnerstag in Berlin bekannt. 55 neue Printtitel sind im vergangenen Jahr neu auf den Markt gekommen. „Insbesondere Magazine rund um die Lust am Land, aber auch Kinder- und Jugendzeitschriften boomen“, sagte VDZ-Hauptgeschäftsführer Wolfgang Fürstner. Auch die monatlich erscheinenden Frauenzeitschriften hätten ihre Auflage steigern können. Insgesamt haben sich die Verlage von der Krise 2008 gut erholt. 2011 steigerten sie erneut ihren Umsatz, um 1,4 Prozent auf sieben Milliarden Euro. Für das kommende Jahr erwartet der VDZ allerdings ein etwas schwächeres Wachstum. Fürstner forderte von der Politik, faire Wettbewerbsregeln zu schaffen: „Die Marktmacht von Apple, Amazon, Facebook und Google ist mittlerweile so groß, dass in einigen Segmenten ein Marktversagen droht.“ Google entscheide mit seinem Quasi-Monopol als Suchmaschine allein, welche Angebote und auch redaktionellen Inhalte gefunden und als Erste angezeigt würden. Beherrsche eine Plattform aber den Markt, bedeute dies ein Risiko für die ökonomischen Märkte und die Meinungsvielfalt. +++

Quellen: FAZ 07.12.2011, 10.12.2011, dnv - der neue vertrieb 25-26/2011, Journalist 13.12.2011, Tagesspiegel 3.12.2011, taz 03.12.2011, Journalist de, 07.12.2011, dnv-online 15.12., 18.12., 12.12., kress 20., 22., 23.12.2011, 11.1.2012

**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)