Print-Newsletter

Daten/Fakten/Trends

Interessantes vom deutschen Printmarkt – 07/2009

ZAS: Fast ein Fünftel weniger Anzeigen

Das Anzeigenvolumen der Publikumsmagazine blieb in den ersten sechs Monaten 2009 rund 17 Prozent unter dem Vorjahreswert. Entsprechend hatten die Verleger auch die Zahl ihrer Redaktionsseiten reduziert – dies jedoch nur um gut drei Prozent. Das geht aus der Zentralen Anzeigenstatistik (ZAS) des VDZ hervor. In der Erhebung wird allerdings nicht zwischen bezahlter Werbung und Eigeninseraten unterschieden.

Gegenüber den Vormonaten hat sich die Anzeigenlage der Publikumsmagazine nur wenig verändert. Die höchsten Verluste weist Focus aus. Die Münchner druckten 550 werbeführende Seiten weniger als 2008 ab. Große Verlierer waren daneben Stern (–488), Wirtschaftswoche (–486) und Spiegel (–420). Stern bleibt aber der meistgebuchte Titel: Mit 1237 Anzeigenseiten liegt er vor Spiegel (1077 Inserateseiten), dem Computer-Magazin c't (1061), Focus (1058), Gala (999), Bunte (962) und Wirtschaftswoche (955). Führender Monatstitel nach Inserateseiten ist einige Plätze weiter InStyle.

Zuwächse gegenüber 2008 verzeichneten, wenn auch meist auf kleinem Niveau, von den Kauftiteln unter anderem TV klar (66 Anzeigenseiten mehr als 2008), Bella (+48), iX (+47) und das zweimonatliche Heft Landlust (+43). Von knapp 440 in der ZAS gelisteten Heften vermeldet rund ein Fünftel eine gegenüber 2008 gewachsene Zahl an Inserateseiten. Ähnlich viele Objekte verweisen – meist wegen einer unterschiedlichen Zahl an Ausgaben 2009 und 2008 – auf fehlende Vergleichsmöglichkeiten. Der Rest blieb unter seiner Vorjahresleistung.

Jahreszeiten-Verlag plant Kurzarbeit

Der Hamburger Jahreszeiten-Verlag plant ab August Kurzarbeit für die gesamte Belegschaft. Damit will das Zeitschriften-Haus (Merian, Petra, Für Sie, Feinschmecker) bis zu 20 Prozent der Gehaltskosten einsparen, wie W&V Online aus dem Umfeld des Unternehmens erfuhr. Betroffen wären rund 450 Mitarbeiter des Verlags.

Aus Burda Moden wird Burda Style

Der sukzessive Relaunch des Burda Modemagazins ist abgeschlossen. Ab dem August-Heft, das am 24. Juli erscheint, wird der

1949 gegründete Traditionstitel Burda Style heißen. Auch Inhalt und Optik wurden überarbeitet und Struktur und Themenmix „den heutigen Bedürfnissen der Frauen angepasst“, sagt Redaktionsdirektorin Ulrike Zeitlinger. Zudem kommt eine sogenannte Straßenreportage hinzu, die passend zu Trends aus dem Alltag entsprechende Schnittmuster liefert. Auch Muster für Kinderkleidung werden wichtiger, denn „es gibt extrem viele junge Frauen, die über Kindermode wieder einsteigen und so den Zugang zum Heft finden“, so Zeitlinger, die auch Chefredakteurin der Freundin ist.

Burda-Vermarktung schafft Schlüssel-Posten

Burda-Vorstand Philipp Welte forciert den Umbau der Vermarktungsorganisation. Bis Herbst will Welte bei der Vermarktungstochter Burda Community Network (BCN) in München ein zentrales Key-Account-Management schaffen. Geplant sind sieben Teams, die

Quelle: w&v; ivw; Kontakter, text-intern.de, asv.de, meedia.de, hbv.de, Nielsen Media Research, pz-online.de

künftig als Ansprechpartner für Werbekunden aus wichtigen Schlüsselbranchen fungieren.
Die Bereiche unterteilen sich in Fashion & Luxury, Beauty, Automotive, Health, Food, Telekommunikation & Electronic sowie Finance & Services. Die sieben Teamleiter berichten direkt an BCN-Geschäftsführer Andreas Schilling. Sie werden in jeder Hinsicht Schlüsselpositionen in der Burda-Vermarktung besetzen. Denn mit der neuen Struktur dürfte sich der Akzent von den fünf Außenbüros hin zum neuen Zentral-Key-Account verschieben. Die regionalen Außenposten des BCN sollen künftig die Media-Agenturen sowie regionale Kunden betreuen.
Die Pläne erinnern an das zentrale Key-Account-Modell, das Philipp Welte im letzten Jahr noch als Vermarktungschef von Axel Springer entwickelt hatte. Sein Nachfolger Peter Würtenberger hatte das Vorhaben allerdings zu Gunsten eines dezentralen Systems wieder kassiert. Bereits Anfang des Jahres hatten Welte und Schilling im Rahmen des sogenannten „Change"-Programms mit dem Umbau der Burda-Vermarktungs-organisation begonnen und die Außenbüros nach Branchen organisiert.

Springer verkauft Jugendtitel, Jolie und Family Media-Anteil an OZ-Verlag

Die Axel Springer AG ordnet ihre Bereiche Frauen- und Musiktitel organisatorisch neu. Die Zeitschriften Bild der Frau und Frau von Heute werden künftig von der neuen Verlagsgruppe Programm- und Frauenzeitschriften verantwortet. Die Musiktitel Rolling Stone, Musikexpress und Metal Hamme' ziehen von München nach Berlin und sind dort der Welt-Gruppe zugeordnet. In diesem Zusammenhang werden die Jugendtitel (Mädchen, Popcorn) des Verlagsbereiches Axel Springer Media-house München, die Frauenzeitschrift Jolie sowie der 50-Prozent-Anteil an Family Media (Famile & Co) an den OZ-Verlag in Rhein-felden verkauft. München bleibt Verlags- und Redaktionsstandort für diese Titel. OZ hielt bereits 50 Prozent an Family Media. Die Titel-Verkäufe stehen noch unter dem Vorbehalt der Zustimmung durch die Kartellbehörden.

G+J denkt über Verkauf von Healthy Living und Emotion nach

Beim Hamburger Medien-Konzern Gruner + Jahr stehen offenbar weitere Struktur-Anpassungen auf der Tagesordnung. So soll das Haus laut einem Bericht des Hamburger Abendblattes über den Verkauf der drei Zeitschriften Healthy Living, Flora und Emotion nachdenken. Wobei eine Veräußerung von Flora wohl eher unwahr-scheinlich ist. Der Verkauf von Healthy Living wäre eine kleine Überraschung, denn im Herbst 2009 wird es ein neues Gesundheits-magazin (Arbeitstitel Vitaguide) geben, das den großen G+J-Magazinen wie Stern, Brigitte und Eltern beigelegt werden soll. Hier wären vielfältige Kombinationen mit Healthy Living denkbar.

Tigerpress Verlag ist insolvent

Der Hamburger Kindermagazinverlag Tige-press ist zahlungsunfähig. Entsprechende Medienberichte bestätigte Verleger Jan Wickmann gegenüber dnv online. Das Unter-nehmen, das u.a. die Magazine FIX & FOXI, CONNY und PAULI herausgibt, hat beim Amtsgericht Hamburg einen Insolvenzantrag gestellt. Vertriebs- und vor allem Anzeigen-erlöse seien zuletzt stark zurückgegangen, so Wickmann. Der Sohn des ehemaligen G+J-Zeitschriftenvorstands Rolf Wickmann, hatte Tigerpress 2005 mit Michael Hopp gegründet und im selben Jahr die Lizenz für FIX & FOXI erworben. Im Laufe der Jahre erweiterte der Verlag sein Portfolio um Magazine wie LUPO, HELME HEINES FREUNDE, das Pferde-magazin CONNY und EMILY ERDBEER. FIX & FOXI kam zuletzt noch auf rund 11.000 verkaufte Hefte (IVW I/09). Im Vorjahresquartal waren es noch knapp 39.000. Ob sich ein

neuer Lizenznehmer für FIX & FOXI und weitere Magazine des Verlages findet, ist bisher ungewiss.

Arvato schmiedet aus RTV und TVI die RTV Media Group

Der Deutsche Supplement Verlag, Herausgeber des Programmies RTV, und der Produktionsdienstleister TV Information Services treten ab sofort unter der neuen Dachmarke RTV Media Group auf. Mit dem Claim "Mit uns sieht Europa fern!" will das Tochterunternehmen des Bertelsmann-Bereichs Arvato seinen Anspruch als führendes Medienhaus für TV-Supplements und digitale Lösungen rund um das TV-Programm unterstreichen.

Im Zuge des Umbaus werden außerdem die Verantwortlichkeiten des Unternehmens in eine 3-Säulen Struktur überführt: Die erste Säule bildet die Sales-Organisation RTV Media Solutions mit der Vermarktung der Medien des Deutschen Supplement Verlages und dem Verkauf digitaler Kundenlösungen von TV Information Services. Unter Leitung von Martin Schumacher sollen sämtliche Produkte und Dienstleistungen der RTV Media Group damit aus einer Hand angeboten werden.

Die zweite Säule - RTV Content Solutions - soll unter der Leitung von Jan Reichold die Prozess- und Herstellungskompetenz beider Unternehmen vereinen. In diesem Bereich sollen künftig sämtliche Produkte und digitalen Medienlösungen der Nürnberger Mediengruppe hergestellt werden. Reichold wird zudem weiterhin für die kaufmännische Leitung der RTV Media Group verantwortlich sein.

Der dritte Bereich Business Development schließlich bündelt das Auslandsgeschäft der Gruppe sowie die Neuentwicklung von elektronischen Programmführern (EPGs) und innovativer Vermarktungsplattformen. Geleitet wird dieser Bereich von Heiko Willers, der zusätzlich das strategische Marketing verantwortet. Geschäftsführer und Vorsitzender des Managing Boards bleibt Matthias Schönwandt.

Bild: neues Konzept für die letzte Seite

Im Juli verpasst Axel Springer seinem Boulevardblatt Bild ein neues Konzept für die letzte Seite. Künftig wird dort ausführlich über Prominente und Stars sowie über Gesellschafts- und Unterhaltungsthemen berichtet. Leiter des neuen Ressorts ist ab sofort Alexander von Schönburg, 39. Zuletzt schrieb er für Vanity Fair, davor war er bis 2006 Chefredakteur von Park Avenue. Beide Titel sind zwischenzeitlich eingestellt worden. Von Schönburg ist bereits seit 2007 Kolumnist für Bild. Stellvertretender Ressortleiter wird Philipp Jessen, 31, der zuvor ebenfalls bei Vanity Fair war.
Die neue Gesellschaftskolumnistin ist Inga Grömminger, 33, die zuletzt das Leute-Ressort bei Vanity Fair leitete. Weitere Unterstützung erhält die letzte Bild-Seite durch Alexandra Wenning, 35, die bislang für die Zeitschrift In (Klambt) und zuvor als Gesellschaftsreporterin bei der B.Z. arbeitete.

Bild testet Tabloid-Ausgabe

Springers Bild-Zeitung testet seit 15. Juni in München eine neue Ausgabe im handlichen Tabloid-Format. Eine grundsätzliche Umstellung des Formats stehe aber nicht zur Diskussion. Die 'Tabloid-Bild' sei als Ergänzungsmedium konzipiert. In München wird die Bild-Gesamtauflage mit dem Launch um ein Viertel erhöht. Zielgruppe der Tabloid-Ausgabe sind vor allem junge Leser und Pendler. Neben Presseverkaufsstellen ist das Blatt über "stumme Verkäufer" im Stadtgebiet erhältlich.

Klambt schiebt deutsche Grazia-Version an

Der Klambt Verlag mit Stammsitz in Speyer ist offenbar dabei, trotz des schwierigen Umfeldes

eine weitere Frauen-Zeitschrift in Deutschland auf den Markt zu bringen. Das Hamburger Klambt-Büro, in dem unter anderem die Blätter OK! und IN entstehen, entwickelt derzeit eine deutsche Version der italienischen Frauenzeitschrift 'Grazia' (Mondadori). Das berichtete Kai-Hinrich Renner am Wochenende in seiner Medien-Kolumne im Hamburger Abendblatt.

G+J: Gala für Männer

Gala-Chefredakteur Peter Lewandowski bastelt an einem Lifestyle-Magazin für Männer. G+J bestätigte eine entsprechende HORIZONT. Net-Information. Danach soll das Heft Mitte Oktober erscheinen - zunächst als einmalige Testausgabe (Druckauflage: 120.000 Stück).
Der Arbeitstitel lautet Buddy. Buddy soll als Ableger der Gala firmieren und den roten Schriftzug der Frauenzeitschrift als Absender dezent auf seinem Cover tragen, ähnlich wie Neon das Stern-Logo auf seinem Titel zeigt. Zielgruppe sollen modeinteressierte Männer über 30 Jahre sein, die ihren Lebensstil bereits gefunden haben - die aber für neue Anregungen offen sind. Das Heft soll dazu die passende Einkaufsberatung liefern. Auch eine Ernährungs- und Fitness-Rubrik soll es geben, ebenso wie einen Kulturteil. Eine zentrale Rolle sollen Reportagen aus dem Alltagsleben prominenter Männer. 5,00 Euro soll das Heft kosten. Bei Erfolg im Vertriebs- und Anzeigenmarkt (Seitenpreis: 15.000 Euro) könnte Buddy 2010 häufiger erscheinen.

Computerwoche erscheint künftig montags

IDG Business Media in München gibt die IT-Wochenzeitung Computerwoche künftig montags statt freitags heraus. So sollen IT-Manager schon zu Wochenbeginn aus dem Magazin etwas über die aktuellen Trends in der Branche erfahren.

Mitte Editionen relauncht FHM

Das Männermagazin FHM erscheint ab August im überarbeiteten Design. Andere Farben und wechselnde Schriften sollen dem Heft Eleganz verleihen und für bessere Lesbarkeit sorgen. Inhaltlich will der Verlag Mitte Editionen den Nutzwert für den Leser stärker betonen. Dazu sollen die neuen Rubriken wie "Das 1-Frage-Interview" und "Ist dein Auto schwul?" beitragen. Die Themen Entertainment, Technik, Sport, Pflege und Lifestyle werden gestärkt. Die bekannte Heftstruktur bleibt erhalten.

Im Anzeigenmarkt wirke sich positiv aus, dass das Magazin nicht mehr nur Frauen thematisiert, so ein Sprecher. Grundlage für die Veränderungen waren die Ergebnisse einer qualitativen Leserstudie sowie einer Befragung von Mediaagenturen und von Anzeigenkunden. Der Verlag Mitte Editionen trägt seinen Namen erst seit April 2009. Zuvor hieß die Egmont-Tochter Egmont Cultfish Media.

Frau von Heute: neue Optik und Inhalte

Nach der Zusammenlegung der Redaktion von Frau von Heute und Bild der Frau Anfang Mai, erscheint die wöchentliche Zeitschrift Frau von Heute optisch und inhaltlich überarbeitet. Seit dem 5. Juni 2009 sorgen frische Farben, neue Schriften sowie eine optimistische Bildsprache für mehr Weiblichkeit, die Leseführung wurde verbessert. Die Änderungen sind bereits auf der Titelseite sichtbar.

Auch an den Inhalten wurde gefeilt: Im Medizin-Ressort startet zum Beispiel die Reihe Sanfte Therapien. In der Heftmitte gibt es Experten-Tipps zu einem Mode-, Geld-, Rechts-, Gesundheits-, Ernährungs- oder Reisethema. In jedem Heft gibt es zudem Styling-Tipps für Mode und Beauty, Rezept-Karten sowie die Rubrik "Die schönsten TV-Filme der Woche".

TENGO: Neuer Look und mehr Service

Die Zeitschrift TENGO für Leser ab 40 vom Stuttgarter Verlag Ziel Marketing ist mit überarbeitetem Inhalt, Logo und Layout in die Regale gekommen. Neue Rubriken – wie Menschen & Meinungen, Familie &Co, Körper & Geist, Schöner Leben – sollen die im Heft abgedeckte Themenbreite besser widerspiegeln. Für Übersichtlichkeit sollen Infokästen mit den wichtigsten Inhalten jedes Artikels sowie mehr Adressen, Links, Lese- und Veranstaltungstipps sorgen.

Titelthema der aktuellen, 132-seitigen Ausgabe ist Attraktivität. TENGO ist das Jahresmagazin des Paritätischen Gesamtverbands und wendet sich „an erwachsene Menschen, die gerne über den eigenen Tellerrand schauen, Wert darauf legen, gut und verlässlich informiert zu werden – und für die das Alter letztlich keine Rolle spielt.“ Der Copypreis liegt bei 4,90 Euro.

Huber Verlag kauft Reise Motorrad–Ride on

Der Huber Verlag übernimmt das Magazin Reise Motorrad-Ride on vom Lila Publishing Verlag. Die Zeitschrift bietet inhaltlich Praxistests von Motorrädern, Hoteltipps, Bekleidungs- sowie Zubehörübersichten und Reisereportagen.

Der Huber Verlag ergänzt damit sein Portfolio, das bereits die Motorrad-Magazine Bikers News, Custombike, Dream-Machines, Dirtbike und Dynamite Magazine umfasst. Reise Motorrad-Ride on erscheint alle zwei Monate mit einer Auflage von 43.650 Exemplaren (IWV I/2009). Die vertriebliche Betreuung von Reise Motorrad-Ride on liegt bei der VU Verlagsunion KG in Walluf.

Neuerscheinungen/Sonderausgaben

Maxim: Neustart am 16. Juli

Die Männerzeitschrift Maxim ist zurück am Kiosk. Der Herausgeber der Zeitschrift Praline, Robert Gabor, hat mit seinem ungarischen Verlag GLM die Lizenz erworben. Redaktionell erstellt wird das Blatt in Liechtenstein, wo Gabor mit dem Unternehmen New Level Establishment arbeitet. Als Chefredakteur von Maxim zeichnet Mike Bleibtreu. Die Lizenz von Maxim lag zuletzt bei Marquard Media.
Der Verlag hat das Erscheinen mit der Mai-Ausgabe eingestellt. Neben viel nackter Haut finden sich im jetzt erschienen August-Heft Themen zu Sport, Autos und Lifestyle. Das Blatt ist nahezu anzeigenfrei. Der Copypreis liegt unverändert bei 3,90 Euro.

Nachwuchs für den PRINZ TOP GUIDE

Der Jahreszeiten Verlag erweitert die PRINZ-Familie um ein neues Sonderheft: Der PRINZ TOP GUIDE KINDER IN HAMBURG beschäftigt sich mit Themen, die Großstadtfamilien bewegen - von der besten Kita über Spiel- und Freizeitmöglichkeiten. Mehr als 500 Insidertipps hat die Redaktion recherchiert, dazu gibt es Termine und Events für das ganze Jahr. Am 8. Juli kommt das 116-seitige Heft zu Preis von 6,50 Euro an den Kiosk. Neben dem Zeitschriftenhandel werden auch zahlreiche Sonderverkaufsstellen wie Kindermode- oder Spielzeugläden beliefert.

Spiegel Verlag startet Kinder-Ableger

Der Hamburger Spiegel Verlag bringt am 15. September den mit Spannung erwarteten Kinder-Ableger mit dem Namen 'Dein Spiegel –

die Welt verstehen' auf den Markt. Das Magazin, das sich an Mädchen und Jungen zwischen neun und zwölf Jahren richtet, ist zunächst als One-Shot für das Wahljahr 2009 konzipiert. 'Dein Spiegel' erscheint in einer Druckauflage von 150.000 Exemplaren zum Copypreis von 3,40 Euro. Auf 76 Seiten geht es um die Themen Politik, Geschichte, Gesellschaft, Wissenschaft, Kultur und Sport.

Nido kommt ab 2010 offenbar dauerhaft

Im April war eine erste Testausgabe des Stern-Ablegers erschienen, für Mitte Oktober ist eine zweite geplant. "Ich rechne fest damit, dass 'Nido' 2010 monatlich kommt", erklärt André Freiheit, Gesamtanzeigenleiter der Stern-Gruppe. Ein formaler Beschluss ist aber noch nicht gefasst. Bei einem schlechten Abschneiden der Erstausgabe hätte G+J schon die zweite Testnummer gestoppt, meint Freiheit. Die Bilanz der Premiere: 67.000 Hefte wurden verkauft (Copypreis: 3,90 Euro). Die Zahl der Anzeigen (24 bezahlte Seiten) will Freiheit halten; die Hälfte der Erstkunden habe bereits fürs zweite Heft mitgebucht oder reserviert. Die Druckauflage (Erstausgabe: 200.000) wird leicht reduziert, aber vertrieblich besser ausgesteuert.

Neuer Elternratgeber LUST AUF LERNEN

Der Hamburger CP-Dienstleister Companions bringt am 28. Juli das Softbook LUST

AUF LERNEN in den Handel. Das 114-seitige Magazin erscheint zunächst für den Raum Hamburg und gibt einen Überblick dortiger Schulen und Lernförderungs-Institute für den Nachwuchs. Neben dem Adressteil enthält das Softbook Interviews und Reportagen rund ums Thema Lernen.Ab 2010 soll LUST AUF LERNEN einmal jährlich für acht Städte und Regionen Deutschlands erscheinen; im Einzelnen für Berlin, Hamburg, München, Stuttgart, dem Ruhrgebiet, Köln/Bonn, dem Rhein-Main-Gebiet und Düsseldorf. Die Druckauflage liegt bei 120.000 Exemplaren. Vertrieben wird LUST AUF LERNEN sowohl über das Grosso als auch über den Bahnhofsbuchhandel.

Fan-Ableger zu BEST OF THE DOME

Ergänzend zu seinem vierteljährlich erscheinenden Magazin BEST OF THE DOME hat Egmont Ehapa ein FANSPECIAL auf den Markt gebracht: Das Heft, das seit dem 13.7. am Kiosk liegt, berichtet wie das Mutterblatt vom Musik-Event The Dome, zeigt, wie sich die Stars auf die Show vorbereiten, schaut hinter die Kulissen und berichtet von der Aftershow-Party. Best oft he Dome - Fanspecial enthält als extra 64 Starkarten und ein Mega-Poster; der Copypreis beträgt 2,95 Euro. Gedruckt werden 115.000 Exemplare.

Musikexpress launcht Style-Ableger

Mode spielt seit dem Relaunch des Musikexpress im Februar eine wichtige Rolle im Themenmix der Zeitschrift. Jetzt wird die Mode-Kompetenz der Axel-Springer-Zeitschrift weiter ausgebaut: Am 1. Oktober erscheint das Sonderheft Musikexpress Style. In dem 116 Seiten starken Hochglanz-Magazin dreht sich alles um die wichtigsten Modetrends der Musikszene; dement-sprechend werden die neuen Kollektionen und Accessoires von internationalen Bands und Musikern vorgeführt. Wie viel Musikexpress Style am Kiosk kosten soll, ist noch nicht entschieden. Die Auflage beträgt voraussichtlich 40.000 Exemplare.

stern bringt Michael Jackson-Sonderheft

In der vergangen Woche zierte Michael Jackson bereits das stern-Cover. Jetzt legen die Hamburger nach und bringen zusätzlich noch ein Sonderheft an den Kiosk. Auf 148

Seiten gibt es nun noch einmal die Lebens-Geschichte des Musikers zum nachlesen. Inklusiver vieler Bilder, von denen einige in Deutschland noch nie veröffentlicht wurden.
Das Sonderheft "stern Edition" ist zum Preis von 7,50 Euro im Zeitschriftenhandel erhältlich.

PC GAMES-Sonderheft erscheint künftig monatlich

Seit Ende 2006 bringt PC GAMES alle zwei Monate ein Sonderheft für Fans des Online-Rollenspiels World of Warcraft heraus - nun wird daraus ein eigenständiger regelmäßiger Titel: Am 27. Juli startet PC GAMES MMORE in monatlicher Frequenz mit einer Auflage von 75.000 Exemplaren, der Preis für das Magazin mit beiliegender DVD wird weiterhin bei 6,99 Euro liegen. MMORE berichtet über das weiterhin boomende Segment der MMO Games - gemeint sind sogenannte Massively Multiplayer Online Games wie World of Warcraft, Guild Wars oder Herr der Ringe, die direkt über das Internet gespielt werden. Das Heftkonzept des neuen PC GAMES-Ablegers wurde dafür erweitert, der Umfang stieg um 15 Seiten.

Axel Springer: Beilage HÖRZU DIGITAL

Den insgesamt gut 1,14 Millionen Abonnenten seiner hochpreisigen wöchentlichen TV-Zeitschriften HÖRZU, FUNK UHR und BILDWOCHE liefert Axel Springer einen verbesserten Programmservice zum Digital-fernsehen: Ab Heftausgabe 27 wird die bisherige kostenlose monatliche Beilage Premiere Kompakt durch ein neues wöchent-liches Supplement namens HÖRZU DIGITAL ersetzt. Dieses liegt den drei Titeln vier Wochen lang kostenlos bei; ab Ausgabe 31 werden den Abonnenten pro Ausgabe dann dafür 10 Cent berechnet.
HÖRZU DIGITAL ist 32 Seiten stark und bietet das komplette Programm von insgesamt 58 Digitalsendern. Produziert wird das Heft inhouse von der Zentralen Programmredaktion, die Programm-Rohdaten werden vom Dienst-leister PPS, Berlin, geliefert.

Kochmagazin BEEF ab Oktober 2009

Gruner + Jahr wird am 15. Oktober erstmals BEEF, das Kochmagazin für Männer, am Kiosk auftischen. Der Titel soll von da ab viermal jährlich zum Copypreis von 9,80 Euro erscheinen. Die Druck-auflage liegt bei 100.000 Exemplaren. Der Umfang liegt bei 174 Seiten. Das Konzept für BEEF hatte beim G+J-Ideenwettbewerb "Grüne Wiese" im März den ersten Platz belegt. BEEF erscheint unter dem Dach der Verlagsgruppe Exclusive&Living.

NEU: eccellent von Medienhaus Südhessen

Das Medienhaus Südhessen hat das Lifestyle-Magazin eccellent gestartet. Die erste Ausgabe hat 92 Seiten und widmet sich den Themen Mode, Beauty, Fitness, Wellness, Wohnen, Genuss, Hightech, Kultur und Reisen. Voraussetzung für ein dauer-haft funktionierendes regionales Lifestyle-magazin seien "klar definierte Zielgruppen, ein ehrliches Nutzenversprechen für die Leser, die strikte Orientierung an den Bedürfnissen der Anzeigenkunden sowie eine hochwertige Optik", heißt es in einer Mitteilung des Medienhauses. eccellent kostet 3,50 Euro und ist im Zeitschriftenhandel sowie den Echo-Kundencentern erhältlich. Die zweite Ausgabe erscheint im Herbst, und für 2010 sind vier Ausgaben geplant.

bunkverlag launcht Kinomagazin

Im Hamburger bunkverlag erschien am 25. Juni 2009 erstmalig kulturnews–mein Kinopro-gramm. Das Gratis-Heft ist ein Ableger der

Zeitschrift kulturnews und widmet sich den Themen Kino, DVDs, Games. Die Zeitschrift versteht sich als Serviceheft, will eine Monatsübersicht aller anlaufenden Filme bieten. Der bunkverlag avisiert eine junge, mobile, gebildete und studentische Zielgruppe. kulturnews–mein Kinoprogramm erscheint monatlich in einer Auflage von zunächst 125.000 Exemplaren.
Das Heft liegt in CinemaxX- und Cinestar-Kinos aus, und kann in der Szenegastronomie und an studentischen Treffpunkten abgegriffen werden.

Panini schickt TV-Hit Wickie an den Kiosk

Der Panini Verlag startete am 8. Juli ein Print-Magazin zum Zeichentrick-Klassiker Wickie und die starken Männer. Das Wickie-Magazin richtet sich an 4- bis 8-Jährige, kostet 2,80 Euro und verfügt zum Start über eine Druckauflage von 120.000 Stück.

Neu am Kiosk: WWE KIDS

An kleine Wrestling-Fans richtet sich ein neues Special Interest Magazin, das seit 12. Juni im Handel ist: WWE KIDS bietet neben Berichten, Bildern und Interviews zu den Superstars der WWE auch Rätsel- und Spielelemente. Das Heft wird vierteljährlich zum Preis von 2,90 Euro erscheinen; den Einzelverkauf über den Bahnhofsbuchhandel und gut sortierten Facheinzelhandel betreut die Verlagsunion, Walluf.

Egmont Ehapa launcht Hello Kitty Mini

Der Berliner Egmont-Ehapa-Verlag hat einen Ableger seiner Zeitschrift Hello Kitty herausgebracht. Seit dem 18.06.2009 ist Hello Kitty Mini auf dem Markt, ein Mitmach-Magazin im quadratischen Pocket-Format. Es richtet sich an 4- bis 7-jährige Mädchen und erscheint vierteljährlich mit Rätseln, Ausmalgeschichten und Bastelanleitungen. Als Extra liegt ein Bogen mit Hello Kitty-Aufkleber bei. Die erste Ausgabe erscheint mit einer Auflage von 100.000 Exemplaren zum Copypreis von 3,95 Euro.

Wegweiser durch die Welt der Sims

Seit Juni bringt IDG Entertainment Media aus München das Magazin DIE SIMS heraus. Die erste Ausgabe des zweimonatlichen Magazins

kommt zeitgleich mit dem dritten Teil des gleichnamigen Computerspiels in den Handel. Jede Ausgabe des offiziellen Magazins zum Spiel enthält eine DVD-Rom mit 20 exklusiven Spielobjekten für „Die Sims 2“ und „Die Sims 3“. Das Heft besteht in Großen Teilen aus Screenshots aus dem Spiel und dazugehörigen Erklärungen.
DIE SIMS – Das offizielle Magazin richtet sich vor allem an Mädchen und Frauen zwischen 14- und 39 Jahren. Die Druckauflage beträgt 100.000 Exemplare, der Copypreis 6,99 Euro.

NEU: SCIENCE ILLUSTRATED

Der Name ist Programm: SCIENCE ILLUSTRATED entführt die Leser mit fantastischen Fotos, einzigartigen Zeichnungen und

herausragenden Texten auf eine Entdeckungsreise in die Welt der Wissenschaft. Die positive und bildhafte Sprache macht Spaß beim Lesen, die fundiert recherchierten und spannenden Inhalte Lust auf mehr. Auch mal kritisch, aber nie skeptisch, gewährt das neue populärwissenschaftliche Magazin interessante Einblicke in die 4 Themenbereiche Kultur, Technik, Medizin und Natur.

Quelle: w&v; ivw; Kontakter, text-intern.de, asv.de, meedia.de, hbv.de, Nielsen Media Research, pz-online.de

Startausgabe 16.09.2009; Druckauflage 100.000 Exemplare; Copypreis 4,50 Euro. Ab 2010 zweimonatliche Erscheinungsweise.

G+J: Gesundheits-Supplement Vitaguide

Das Hamburger Verlagshaus Gruner + Jahr startet im Herbst ein neues Gesundheitsmagazin. Eine erste Ausgabe mit dem Arbeitstitel Vitaguide ist für November geplant. Es behandelt das Thema „Gesund im Winter". Beigelegt werden soll das titelübergreifende Supplement für die Pharmabranche in zielgruppenaffinen Gruner+Jahr-Titeln – darunter unter anderem der Frauenzeitschrift Brigitte, Gesund leben, Eltern sowie dem Flaggschiff Stern.
Der Umfang des Heftes beträgt 20 Seiten. Redaktionell betreut wird der Titel von Gruner + Jahr Corporate Media. Damit macht G+J-Vorstandschef Bernd Buchholz einen weiteren Schritt, den Bereich Corporate Publishing stärker auszubauen.

Neues Wirtschaftsmagazin für Berlin-Brandenburg

'Wirtschaftswunder Berlin-Brandenburg' lautet der Titel eines neuen Magazins für Unternehmer in der Wirtschaftsregion Berlin-Brandenburg, das am 15. Juni zum ersten Mal erschienen ist. Herausgeberin ist Corinna Schlag. 'Wirtschaftswunder Berlin-Brandenburg' ist ein B-2-B Magazin und spricht vor allem kleine und mittelständische Unternehmen an. Der Titel wird direkt an 15.000 Unternehmen in der Region verschickt. Er erscheint zunächst alle zwei Monate.

Rezept-Sonderheft: REVUE FÜR DIE FRAU

Der Hamburger SCG Verlag bringt zum zweiten Mal ein Sonderheft unter dem Label seiner monatlichen Frauenzeitschrift REVUE FÜR DIE FRAU an den Kiosk: Nach einem Ostermagazin, das Anfang Februar gelauncht wurde, erscheint nun am 22. Juli DIE 111 LECKERSTEN SPAR-REZEPTE. Neben den Koch- und Backrezepten bietet das 56-seitige Heft als nutzwertiges Goodie ein herausnehmbares Heft im Heft mit den „besten Spar-Tipps beim Kochen und Einkaufen". Der Copypreis beträgt 1,80 Euro. Den Einzelverkauf der SCG-Titel betreut IPS, Meckenheim.

kochen & genießen bringt Sonderheft Ofen-Hits No. 4 auf den Markt

kochen & genießen, die monatliche Foodzeitschrift aus der Bauer Media Group, bringt am 2. September 2009 ein Sonderheft mit dem Titel Ofen-Hits No. 4 auf den Markt.
Die Vielfalt an Rezepten und Tipps, die ansprechende und opulente Optik sowie das extra große Format des neuen kochen & genießen Sonderheftes sorgen auf dem Lesermarkt stets für eine überaus positive Resonanz. Das Sonderheft wird zum Preis von 2,95 Euro erhältlich sein und drei Monate am Kiosk liegen.

tina: Sonderheft Backen

tina, die wöchentliche Frauenzeitschrift aus der Bauer Media Group, veröffentlicht ein weiteres Sonderheft unter dem Titel tina Backen. Das 60-seitige Special erscheint in einer Druckauflage von 260.000 Exemplaren und wird ab dem 4. August für drei Monate zum Copypreis von 2,50 Euro im Handel erhältlich sein.

Einstellungen

Aus für Vibe Magazine

Das von Musiker-Legende Quincy Jones gegründete Musikmagazin Vibe wird nach 16 Jahren eingestellt. Trotz einer Gesamtauflage von 800.000 Exemplaren und einer enormen Popularität wird der hiphop- und R&B-Titel vom Markt genommen. Vibe galt als eine der einflußreichsten Zeitschriften für die afro-amerikanische Kultur. Der Titel wurde häufig als "Der schwarze Rolling Stone" bezeichnet. Vibe war maßgeblich daran beteiligt, dass Rap zum Mainstream geworden ist.

Motor-Presse stellt 4Wheel Fun ein

Die Motor-Presse Stuttgart stellt ihr Geländewagen-Magazin 4Wheel Fun ein. Mangels wirtschaftlicher Perspektiven werde die Monatszeitschrift eingestellt, teilte das mehrheitlich zum Verlagskonzern Gruner + Jahr-Konzern gehörende Unternehmen mit. Das gleichnamige Internetportal von 4Wheel Fun will die Motorpresse jedoch weiterführen und laut Mitteilung sogar inhaltlich stärken und erweitern. Der Onlineauftritt werde von der Online-Redaktion der Stuttgarter Zentralredaktion unter der Leitung von Online-Chef Harald Hamprecht übernommen.

PUCCA und STERNENTÄNZER eingestellt

Sowohl Blue Ocean Entertainment als auch Panini bereinigen ihr Portfolio um Titel, die sich nicht erwartungsgemäß entwickelt haben. Panini lässt das Pferdemagazin STERNENTÄNZER mit der aktuellen Heftnummer vom Markt verschwinden. Und Blue Ocean Entertainment stellt mit der Ausgabe 6/09 sein Mädchenmagazin PUCCA ein. Der zweimonatlich erscheinende Lizenztitel zur koreanischen Zeichentrickserie auf RTL II war Anfang März gestartet.

Personelle Veränderungen

Hubert Burda als VDZ-Präsident wiedergewählt

Die Zeitschriftenverleger haben im Rahmen ihrer Delegiertenversammlung am 24. Juni in Stuttgart Hubert Burda für weitere drei Jahre zum Präsidenten des VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger gewählt. Burda steht seit 1997 an der Spitze des VDZ. VDZ-Geschäftsführer Wolfgang Fürstner sagte: "Wir freuen uns sehr, dass Dr. Hubert Burda den deutschen Zeitschriftenverlegern erneut als Präsident zur Verfügung steht. Das einstimmige Votum der Delegierten ist ein überwältigender Vertrauensbeweis." Seine weitere Amtszeit markiere nicht nur eine absolute Alleinstellung in unserer Verbandshistorie, sondern sei ein wichtiges Zukunftsversprechen für die Branche, die sich in einem gewaltigen Transformationsprozess befände.

Bernd Buchholz zieht in den Bertelsmann-Vorstand ein

G+J-Chef Bernd Buchholz ist ab sofort Vorstandsmitglied des Bertelsmann-Konzerns. Buchholz ist seit dem 6. Januar Vorstandsvorsitzender von Gruner + Jahr und nimmt seitdem als Gast an den Vorstandssitzungen der Bertelsmann AG teil. Die Wahl sei weder mit zusätzlichen materiellen Vergütungen verbunden, noch würden sich die Vertragskonditionen von Buchholz ändern, meldet Bertelsmann.
Buchholz kam 1996 als Vorstandsassistent zu G+J, nach Stationen als Geschäftsführer des Morgenpost Verlags und Verlagsleiter des STERN bzw. Verlagsgeschäftsführer der STERN-/ GEO-Gruppe verantwortete er ab 2004 als Mitglied des G+J-Vorstands und Leiter G+J Deutschland das Markengeschäft (Print und Online) des Unternehmens in Deutschland.

Condé Nast bestätigt Lafferts Wechsel von Axel Springer

Dass Moritz von Laffert zum 1. Oktober von Axel Springer Mediahouse München zu Condé Nast wechselt, hat jetzt auch sein künftiger Arbeitgeber bestätigt. Laffert steigt als Deutschland-Chef bei Condé Nast ein. Er wird künftig für die Titel Vogue, Glamour, GQ, AD und Myself sowie deren Online-Auftritte verantwortlich sein. Sein Vorgänger Bernd Runge hat Condé Nast bereits Ende 2008 verlassen.

Bei Axel Springer war von Laffert insgesamt 16 Jahre lang beschäftigt, zuletzt als Geschäftsführer Axel Springer Mediahouse München und Verlagsgeschäftsführer Frauen- und Lifestylemedien.

Heribert Bertram wird neuer Geschäftsleiter der Bauer Vertriebs KG

Heribert Bertram (41) übernimmt zum 1. Juli 2009 die Geschäftsleitung der Bauer Vertriebs KG. Bertram startete seine Vertriebs-Karriere bei Procter & Gamble. Nach Stationen bei L'Oreal, Henkel, und SC Johnson übernahm er die Funktion des Vertriebsdirektors D/A/CH bei Ontex. Im Oktober 2007 wechselte er in die Bauer Vertriebs KG, um die Bereichsleitung Handel zu übernehmen.
Heribert Bertram folgt auf Yvonne Bauer (32), die in die Geschäftsleitung der Bauer Media Group aufsteigt. In ihrer neuen Position wird sie neben dem Vertrieb unter anderem die Verlage in München (BRAVO) sowie in Rastatt verantworten.
Ebenfalls neuer Geschäftsleiter in der Bauer Media Group wird Dr. Eckart Bollmann (50), der seit 1992 für den Verlag tätig ist. Bollmann ist maßgeblich am Aufbau der osteuropäischen Verlagsaktivitäten beteiligt und zeichnet seit 1998 als alleiniger Verlagsleiter für die Heinrich Bauer Ost Marketing KG verantwortlich. Zu den neuen Zuständigkeiten von Dr. Bollmann wird neben dem Osteuropa-Geschäft die Verantwortung für die kaufmännische Leitung des Verlages sowie der Herstellung gehören.
Weiteres Mitglied der Geschäftsleitung bleibt Andreas Schoo (48), der diese Funktion im April 2007 übernommen hat. In seinen Zuständigkeitsbereich fallen alle Zeitschriften in den Verlagen in Hamburg und Köln, die Vermarktung in der Bauer Media KG sowie die Bauer Digital KG.

Bauer Media Group bündelt die Verantwortlichkeiten im Kernkompetenzfeld Frauen

Jörg Hausendorf (45), seit Februar 2008 Verlagsgeschäftsführer Women's Weeklies in der Bauer Media Group, wird ab dem 1. Juli die wöchentliche Frauenzeitschrift mach mal Pause sowie die gehobene, monatliche Frauenzeitschrift Maxi mit verantworten.

Damit werden die am Standort Hamburg erscheinenden Frauentitel zukünftig in einer Verlagsgeschäftsführung Women gebündelt. Objektleiter der Maxi bleibt Christian Wilkens (29), der in dieser Funktion zukünftig an Hausendorf berichten wird. Im Bereich der Women's Weeklies wird Hausendorf weiterhin von Birgit Börner (46), Objektleiterin der Titelgruppe, unterstützt.

Verstärkung bei FHM

Stefanie Keck hat die Anzeigenverkaufsleitung für FHM beim Verlag Mitte Editionen in Berlin übernommen. Sie unterstützt den Geschäftsleiter Anzeigen Ingo Höhn bei der Vermarktung der Magazine FHM, FHM Collections und Die Girls von FHM. Die 27-Jährige kommt von Condé Nast, wo sie im Anzeigenverkauf für Vanity Fair sowie im Vertriebsmarketing für GQ tätig war.

Jennifer Kilian neue Anzeigenleiterin bei Blue Ocean

Jennifer Kilian (Foto), 26, wird mit Wirkung zum 1. August Anzeigenleiterin der Blue Ocean

Entertainment AG in Stuttgart. Damit übernimmt sie die Gesamtverantwortung für die Anzeigenvermarktung der zurzeit 18 Publikationen des Stuttgarter Kinder- und Jugendzeitschriftenverlages. Kilian kommt von Axel Springer Mediahouse München, wo sie seit 2005 beschäftigt war, zuletzt als stellvertretende Anzeigenleiterin für die Jugendtitel.

Quelle: w&v; ivw; Kontakter, text-intern.de, asv.de, meedia.de, hbv.de, Nielsen Media Research, pz-online.de

Neuer Verkaufsleiter Vertrieb beim Olympia-Verlag

Zum 1. Januar 2010 unterstützt Uwe Moll, 49, als Verkaufsleiter Vertrieb das Außendienstteam des Olympia-Verlags. Gleichzeitig verabschiedet sich Hans-Michael Roth in den altersbedingten Ruhestand. Moll war zuvor unter anderem bei den Vereinigten Motor Verlagen Stuttgart und dem Axel Springer Verlag in Hamburg als Verkaufsleiter im Außendienst für den Zeitschriftenvertrieb zuständig.

Gong Verlag: Holzapfel gibt seine Aufgaben ab

Noch ist unklar, was aus ihm wird, aber seinen bisherigen Aufgabenbereich hat er abgegeben: Michael Holzapfel (53), elf Jahre lang Verlagsbereichsleiter der Tiergruppe des Gong Verlags. Die Aufgaben der Verlagsbereichsleitung der Tiergruppe übernehme ab sofort Claus-Dieter Grabner (52), zuvor unter anderem bei der Axel Springer AG und der Bauer Media Group tätig.

Hintergrund des Personalwechsels: Die Tierzeitschriften werden strategisch neu aufgestellt. "Die WAZ Mediengruppe sieht große strategische Potentiale in den Tierzeitschriften, und zwar sowohl durch die Stärkung unserer wichtigsten Titel als auch durch weitere Neuentwicklungen im Print- und crossmedialen Bereich", so Manfred Braun (57), Leiter des Unternehmensbereichs Zeitschriften und Mitglied der Geschäftsleitung WAZ Mediengruppe. Zu den Tierzeitschriften gehören insgesamt 13 Titel.

Panini mit neuer Führungsstruktur

Martin Klingseisen**,** 39, übernimmt die neu geschaffene Postion Verlagsleiter Girls im Stuttgarter Panini Verlag. Zu seinem Verantwortungsbereich gehören die Titel hey! mit allen spin offs, GZSZ inside, High School Musical und Willi Wills Wissen. Klingseisen kommt von Axel Springer Mediahouse aus München, wo er nach Stationen bei Popcorn und Starflash zum Schluss die Redaktion von Yam! geleitet hatte. Der Stuttgarter Verlag hat mit diesem Neuzugang auch gleichzeitig seine Führungsstruktur neu geordnet. Dem Verlagsgeschäftsführer von Panini Deutschland, Österreich und Schweiz, Frank Zomerdijk, berichten neben Martin Klingseisen Verlagsleiter Girls direkt Max Müller, Verlagsleiter Boys und Comics, sowie Gabriele El Hag, Verlagsleiterin Kids und Books.

Früherer Max-Chef geht zu Aust

Stefan Aust hat einen weiteren bekannten Kopf in sein Entwicklungsteam geholt: Als Unterstützung für das geplante WAZ-Zeitschriftenprojekt hat er den ehemaligen Max-Chefredakteur Christian Krug verpflichtet. Dies bestätigt Aust gegenüber Werben & Verkaufen. Der 43-jährige Journalist soll vor allem helfen, Printthemen zu entwickeln.
Aust und Krug kennen sich aus gemeinsamen Tagen bei Spiegel TV: In den 90er-Jahren holte Aust, damals in der Funktion des Geschäftsführers von Spiegel TV, Krug vom Stern und machte ihn zum leitenden Redakteur von Spiegel TV.
Anfang Juli war bekannt geworden, dass der Ex-Spiegel-Chefredakteur Stefan Aust sich einer neuen Aufgabe widmen wolle. Er wird für die WAZ-Gruppe neue Print-Titel entwickeln, hat dafür ein Büro in Hamburg angemietet und arbeitet mit einem 20-köpfigen Team zusammen. Krug ist nicht das einzige Spiegel-TV-Gesicht in der Arbeitsgruppe: Auch Thorsten Pollfuß und Thomas Ammann konnte Stefan Aust gewinnen.

Print-Newsletter

Daten/Fakten/Trends

Interessantes vom deutschen Printmarkt – 07/2009

Brutto-Anzeigenumsätzen 01-06 2009:

Top 10 Verlage Gesamt

	Verlag	Brutto-Anzeigenumsätze	+/- % € Vorjahr
1	SPRINGER AXEL AG, HAMBURG	553.179	-0,9
2	BURDA VERLAG, OFFENBURG	277.193	-17,6
3	GRUNER+JAHR, HAMBURG	188.498	-20,2
4	BAUER MEDIA GROUP, HAMBURG	145.376	-10,7
5	WAZ MEDIENGRUPPE, ESSEN	135.022	-3,7
6	VERLAGSGRUPPE HANDELSBLATT, DUESSELDORF	64.886	-28,2
7	SPIEGEL-VERLAG, HAMBURG	63.061	-26,6
8	DUMONT SCHAUBERG M.VERLAG, KOELN	62.411	-4,0
9	RHEIN.POST PRESSEHAUS,DUESSELDORF	60.358	-5,9
10	MOTOR-PRESSE-VERLAG, STUTTGART	59.239	-18,8

Top 10 Verlage Publikumszeitschriften

	Verlag	Brutto-Anzeigenumsätze	+/- % € Vorjahr
1	BURDA VERLAG, OFFENBURG	277.193	-17,6
2	SPRINGER AXEL AG, HAMBURG	203.276	-10,4
3	GRUNER+JAHR, HAMBURG	188.498	-20,2
4	BAUER MEDIA GROUP, HAMBURG	145.376	-10,7
5	SPIEGEL-VERLAG, HAMBURG	63.061	-26,6
6	MOTOR-PRESSE-VERLAG, STUTTGART	59.175	-18,7
7	JAHRESZEITEN VERLAG, HAMBURG	57.916	-6,7
8	CONDE NAST VERLAG, MUENCHEN	57.223	-28,2
9	DT.SUPPLEMENT VERLAG,NUERNBERG	36.601	-2,1
10	ADAC VERLAG, MUENCHEN	33.351	-10,0

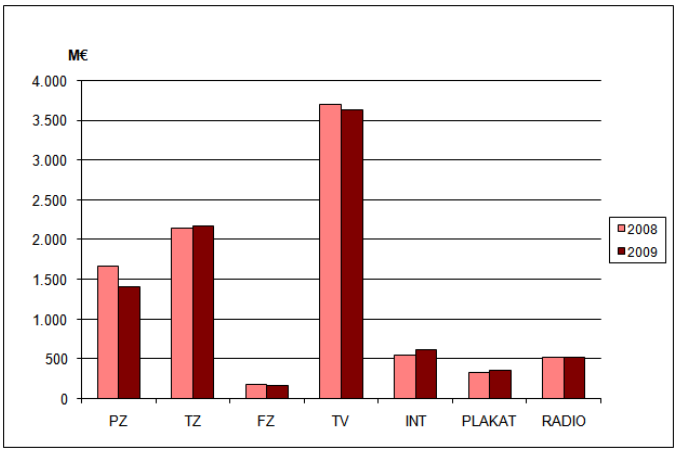
Top 10 Verlage Tageszeitungen

	Verlag	Brutto-Anzeigenumsätze	+/- % € Vorjahr
1	SPRINGER AXEL AG, HAMBURG	349.903	5,6
2	WAZ MEDIENGRUPPE, ESSEN	135.022	-3,7
3	DUMONT SCHAUBERG M.VERLAG, KOELN	62.411	-4,0
4	RHEIN.POST PRESSEHAUS,DUESSELDORF	60.358	-5,9
5	CHEMNITZER VLG+DRUCK..CHEMNITZ	55.653	18,1
6	FRANKF.ALLGEMEINE ZEITUNG, FFM	53.844	-25,7
7	STZ-ANZEIGENGEM., STUTTGART	51.492	5,5
8	SUEDDT.VERLAG, MUENCHEN	49.480	-26,2
9	LEIPZIGER VERLAGS-UND DRUCK.GES.,LEIPZIG	48.151	-1,8
10	SAECHSISCHE ZEITUNG/MOPO, DRESDEN	43.775	-4,9

Top 10 Verlage Fachzeitschriften

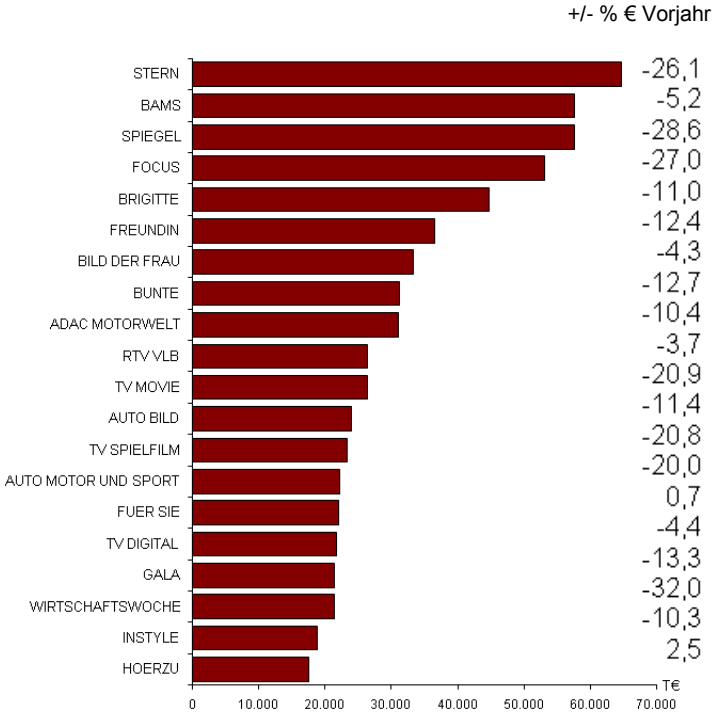
	Verlag	Brutto-Anzeigenumsätze	+/- % € Vorjahr
1	DT.FACHVERLAG, FRANKFURT	28.991	-10,5
2	DT.APOTHEKER-VERLAG, STUTTGART	7.507	0,3
3	KONRADIN VERLAG R.KOHLHAMMER, LEINFELDEN	7.485	-21,7
4	VERLAG C.H. BECK. MUENCHEN	7.049	10,2
5	DT.LANDWIRTSCHAFTSVERLAG. MUENCHEN	6.950	17,8
6	GOVI-VERLAG, ESCHBORN	6.093	-8,9
7	LANDWIRTSCHAFTSVERLAG, MUENSTER	5.145	7,9
8	VERLAG WERBEN+VERKAUFEN, MUENCHEN	4.508	-23,8
9	MVB MARKET.+VLG.SERV.BUCHH.,FFM	4.268	-18,8
10	LPV LEBENSM.PRAXIS VERLAG, NEUWIED	3.961	-13,6

Media Mix 01-06 2009 vs. 01-06 2008



Quelle: Nielsen Media Research

Top 20 Publikumszeitschriften nach Anzeigenumsätzen 01-06 2009



Quelle: Nielsen Media Research

Quelle: w&v; ivw; Kontakter, text-intern.de, asv.de, meedia.de, hbv.de, Nielsen Media Research, pz-online.de