

Werbeträgerstatistik: Anzeigenmarkt der Fachpresse bricht ein



Die Krise hat mit leichter Verzögerung auch die Fachpresse erreicht. Das ist das Ergebnis der Werbeträgerstatistik für das 1. Quartal 2009, die die Vertriebsunion Meynen herausgibt. Basis bildet die Auswertung von 417 Fachzeitschriften mit insgesamt 1.361 Ausgaben in 53 Fachbranchen.

Die Anzeigenkrise hat auch die Fachpresse eingeholt. Insgesamt flossen ein Fünftel weniger Umsätze aus Printanzeigen in die Kassen der Fachverlage. Das bedeutet fast 34 Millionen Euro weniger Werbeerlöse. Damit wurden die von Experten erwarteten Umsatzeinbrüche zum Teil noch kräftig überboten.

Nur neun von 53 Fachmärkten können noch zulegen. Mehr Anzeigen als im Vorjahresquartal verkaufen unter anderem die Segmente Küchenhandel (plus 43,8 Prozent) Lebensmitteltechnik (plus 30,2), Lebensmittelhandel (plus 30,2), Personalwesen (plus 12,4) und Medizintechnik (plus 3,6). Nimmt man Top-100-Inserenten des Werbemarktindex und vergleicht die Werbeumsätze im 1. Quartal 2009 mit der Vorjahresperiode, so sanken deren Bruttoausgaben laut der Studie um 50 Prozent.

Am stärksten unter der Krise leiden die Segmente Blechverarbeitung (minus 65,8 Prozent) Metallverarbeitung (minus 53,8 Prozent) Laser/Photonik (minus 44 Prozent) und Automobiltechnik (minus 41,9 Prozent).

"Es besteht die begründete Hoffnung, dass die in der nächsten Woche beginnende Hannover Messe positive Signale aussendet. Dann werden auch die großen Unternehmen den Weg zurück in die Fachpresse finden", heißt es bei der VU Meynen. se

Kommentar schreiben

Weitere Nachrichten aus Medien vom 17.04.2009:
"Spiegel" bündelt Vermarktung unter einem Dach
Leo Kirch stockt Anteile an Constantin Medien auf
Getty Images startet Kundenmagazin
I-Music 1 plant Relaunch und Kampagne

Zur Übersicht

Lesezeichen hinzufügen bei



TV-QUOTEN

Quoten der letzten Tage
Archiv



NACHRICHTEN

Digital Leute Agenturen Medien Marketing

- 16:07 Experte: Google füllt in der Wirtschaftskrise seine Kriegskasse
 - 16:02 Wilkinson: Viralkampagne für die Bikinizone
 - 15:45 Youtube ergänzt Angebote um Filme und erweitert Werbemöglichkeiten
 - 15:28 Adlink muss herbe Verluste einstecken
 - 11:43 Internet-Anbieter verpflichten sich zur Sperrung von Kinderporno-Seiten
- alle Nachrichten

GALERIE



Bildergalerie: Die Campari-Kampagne mit Jessica Alba
Campari geht pünktlich zum Frühlingsbeginn für seinen Aperitif in die Offensive: Das Unternehmen startet eine millionenschwere Kampagne mit Testimonial Jessica Alba.

HORIZONT.NET zeigt die Motive der Kampagne vorab.

HORIZONTJOBS

1.916 Stellenangebote und 496

AUF
ZUM
DMMK!