

Rekord!
346.725
verkaufte
Exemplare
(1. bis 3. Quartal)



Wer Menschen
bewegen will,
braucht Mut.



HORIZONT.NET

HORIZONTJobs

HORIZONTpeople

HORIZONT.NET

PORTAL FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN



Dienstag, 21. Juli 2009, 08:31 Uhr

Newsletter | Newsflakes | Abonnement | Mediadaten | Kontakt | RSS

Login | Registrieren | Passwortabfrage myHORIZONT

Home | Aktuell | Kreation | Standpunkt | Marktdaten | Karriere | Termine | Services | Partner | Suchen

Home > Aktuell > Medien

20.07.2009

Versenden | Kommentieren | Ablegen | Drucken | A A A

TOPSTORY WERBETRÄGERSTATISTIK

Anzeigenkrise der Fachpresse spitzt sich zu



vertriebsunion meynen
Ihr Fachmedien-Partner

Die Fachmedien leiden weiterhin unter sinkenden Werbeeinnahmen. Zu diesem Ergebnis kommt die Vertriebsunion Meynen in ihrer Werbeträgerstatistik für das 2. Quartal 2009. Danach sind die Brutto-Anzeigenerlöse der Fachtitel im Vergleich zum Vorjahresquartal um 22,1 Prozentpunkte zurückgegangen. Das entspricht Einbußen von über 83 Millionen Euro.

Keine guten Nachrichten von der Vertriebsunion Meynen

Nach Angaben der Vertriebsunion Meynen, die 427 Fachzeitschriften mit insgesamt 2.953 Ausgaben in 54 Branchen ausgewertet hat, konnten nur neun der 54 Fachmediensegmente zulegen. Am positivsten verlief das Quartal für die Medien der Branchen **Arbeitsschutz-sicherheit** (+17,4 Prozent), **Chemie-Technologie** (+7,0 Prozent) und **Energieversorgung** (+4,3 Prozent). Besonders stark unter der Krise leiden hingegen die Medien aus den Bereichen **Druckverarbeitung** (-45,6 Prozent), **Automobiltechnik** (-43,2 Prozent) und **Verpackungstechnik** (-42,4 Prozent).

Die B-to-B-Wirtschaftspresse, die mit rund 43 Millionen Euro Umsatz im vergangenen Halbjahr den Löwenanteil des Gesamtumsatzes der Fachmedien auf sich vereinigte, verbucht 34,0 Prozent weniger Anzeigen. Bei Fachorganen aus dem Bereich **Marketing und Werbung** ist der Umsatz mit Anzeigen durchschnittlich um 24,8 Prozent zurückgegangen.

Eine Erholung des Anzeigenmarktes erwartet der Herausgeber der Studie in diesem Jahr nicht mehr. Vielmehr gehen Experten davon aus, dass die Durststrecke für Verlage noch andauern werde und dass Rabattschlachten zu dauerhaft niedrigen Preisen beitragen, so die Vertriebsunion Meynen. HOR

TV-QUOTEN

Quoten der letzten Tage
Archiv



NEWS-ARCHIV

Juni 2009

MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Juli 2009

MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
	1	2	3	4	5	
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

NACHRICHTEN

http://www.horizont.net/aktuell/medien/pages/protected/Anzeigenkrise-der-Fachpresse-spitzt-sich-zu_85803.html