

Sie befinden sich hier: > Home > Medien > Meldungen

Ressorts

- ▶ Unternehmen
- ▶ Agenturen
- ▼ **Medien**
 - ▶ **Meldungen**
 - ▶ Charts & Rankings
- ▶ Digital Business
- ▶ Kreation des Tages
- ▶ Schlagzeilen
- ▶ Termine
- ▶ Kreativ-Termine
- ▶ Karriere & Job

W&V Aktion

- ▶ Onlinequiz
- ▶ Markenquiz
- ▶ W&V Partyzone

Services

- ▶ E-Paper
- ▶ Spotbox
- ▶ Mobile
- ▶ Angebote im Überblick
- ▶ Audio-Magazin

Wer Wo Was

- ▶ Studiendatenbank

Specials

- ▶ Medientage
- ▶ Außenwerbung
- ▶ BAC 2008
- ▶ Cannes 2008
- ▶ Digital Marketing
- ▶ Archiv

Veranstaltungen

- ▶ W&V Forum
- ▶ W&V Mondschein Golf

MEDIEN

Weniger Werbung in Fachzeitschriften

Die Anzeigenerlöse der Fachzeitschriften schrumpften 2008 um gut zwei Prozent. Ebenso groß fiel auch der Rückgang der geschalteten Inserateseiten aus. Das geht aus der aktuellen Fachpresse Statistik des Verlagsdienstleisters Vertriebsunion Meynen aus Eltville hervor.

"Die Fachpresse kommt im Anzeigenmarkt 2008 mit einem blauen Auge davon", kommentiert Michael Rebelein, Geschäftsbereichsleiter Werbemarktbeobachtung bei Meynen, die Entwicklung. Der Rückgang sei als "recht moderat" zu bezeichnen. Allerdings: Vor zwölf Monaten konnte er hingegen noch über ein Umsatzplus von mehr als vier Prozent berichten.

Basis der Meynen-Erhebung sind 408 Fachzeitschriften mit insgesamt 5.390 Ausgaben in 53 Branchen. Damit werten die Eltviller mehr als doppelt so viele Objekte aus wie etwa Nielsen Media Research. Daneben erfassen die Fachpresse-Spezialisten auch Rubrikenmärkte. Nielsen hatte vergangene Woche einen Rückgang in ähnlicher Größenordnung vermeldet.

Laut Meynen weist etwa die Hälfte der Fachsegmente für 2008 gegenüber 2007 einen negativen Umsatzsaldo aus. Zu den Verlierern nach Umsatz zählen unter anderem die Segmente Malerhandwerk (minus 25 Prozent), Fertigungstechnik (minus 14), Wirtschaftspresse (minus 13), Marketing/Werbung (minus elf) sowie Küchenhandel und Kunststoff-Technologie (jeweils minus zehn Prozent).

Mehr Bruttoanzeigenumsatz erwirtschafteten hingegen unter anderem Hefte aus den Bereichen Medizintechnik (plus 28 Prozent), Energieversorgung (plus 25), Schmuck/Uhren (plus 18), Umwelttechnik (plus 17), Verpackungstechnik (plus 14) oder auch Blechverarbeitung (plus elf Prozent).

Bei den Anzeigenpreisen für 2009 haben die Verlage den Meynen-Forschern zufolge im Schnitt 2,1 Prozent aufgeschlagen. Ein Drittel der Objekte blieb aber beim Vorjahrespreis. Nur wenige Titel wagten für das laufende Jahr gegenüber 2008 Preisaufschläge von mehr als fünf Prozent. Für 2009 ist insbesondere bei Branchen, die direkt oder indirekt mit der Automobilindustrie zu tun haben, die Entwicklung fraglich. Experten rechnen für das laufende Jahr mit Umsatzeinbrüchen von bis zu 30 Prozent, heißt es bei Meynen.

[veröffentlicht am 23.01.2009, 14:41 - cw]

Abo-Service

- ▶ Print Abo
- ▶ E-Paper
- ▶ Spots/Booking
- ▶ Newsletter
- ▶ Mobile

W&V Spotbox



▶ Jetzt ansehen!

Thema der Woche

Agenturindex statt Kreativranking?



Kassaei spaltet die Branche.

W&V Eventreport

W&V Eventreport

