



Fachpresse bricht zweistellig ein

veröffentlicht am 20.07.2009 um 17:01 Uhr · Medien · Artikel

Die Bruttoerlöse der Fachpresse aus dem Anzeigengeschäft blieben im ersten Halbjahr 22 Prozent unter dem

Vorjahreswert. Das besagt die aktuelle Werbeträgerstatistik der Vertriebsunion Meynen. Die Marktforscher des Verlagdienstleisters aus Eltville haben dafür 427 Fachzeitschriften mit insgesamt 2.953 Ausgaben in 54 Fachbranchen ausgewertet.

Die Spezialisten analysieren damit eine deutlich größere Zahl an Titeln wie etwa Nielsen Media Research. Der Werbemarktforscher aus Hamburg hatte vergangene Woche das Minus der Fachpresse von Januar bis Ende Juni 2009 "nur" auf rund zehn Prozent beziffert. In einigen Fachverlagen hat die Krise mittlerweile zu Kurzarbeit im Anzeigenverkauf geführt, kommentieren die Forscher ihre Bilanz. Besonders hart trifft es etwa die 16 Titel, die gegenüber Januar bis Juni 2008 einen Fehlwert von über einer Million Euro ausweisen.

Wachstum zeigt sich nur in sechs der insgesamt 54 beobachteten Fachzeitschriftenmärkte. Zu ihnen zählen die Segmente Arbeitsschutz-sicherheit (plus 17 Prozent), Chemie-Technologie (sieben Prozent), Energieversorgung (vier Prozent) und Personalwesen (vier Prozent). Teilweise profitierten sie von Fachmessen im Berichtszeitraum. Am stärksten unter der Krise litten hingegen Druckverarbeitung (minus 46 Prozent Umsatzrückgang), Automobiltechnik (minus 43 Prozent), Verpackungstechnik (minus 42 Prozent) und Industrie allgemein (minus 40 Prozent).

Auch wenn das Ende der Wirtschaftskrise in einigen Branchen sichtbar scheint, wird eine Erholung des Anzeigenmarktes in diesem Jahr nicht erwartet, heißt es bei Meynen. Im verarbeitenden Gewerbe werde gar von einer längeren Durststrecke über das Ende des Jahres hinaus und von einem Anzug der Konjunktur auf nur sehr niedrigem Niveau gesprochen, schildern die Forscher ihre Eindrücke. Zudem dürften die aktuellen Rabattschlachten zu langfristigen Umsatzverlusten führen. Fachverlage suchen händeringend nach neuen Geschäftsmodellen, so Meynen. In einigen Fachbereichen werde es vermutlich noch im Laufe des Jahres zu Marktvereinigungen kommen, erwarten die Forscher. Ein Beispiel: Die Konradin Mediengruppe sucht bereits einen Käufer für ihre Computersparte.

20.07.2009 · Unternehmen · Artikel
Studie: Ostdeutsche Marken könnten Sterben
Ostdeutsche Marken sind wesentlich unbekannter als ihre westdeutschen Pendanten. Selbst... **mehr...**

20.07.2009 · Unternehmen · Artikel
Triumph inszeniert den tiefen Ausschnitt Erneut setzt Triumph für seine Dirndl-Dessous auf die Medien von Hubert Burda Media. Mi... **mehr...**

20.07.2009 · Agenturen · Artikel
Nexum klickt für Hertha-Kicker Der Fußballverein Hertha BSC gönnt seiner Website in der Winterpause einen Relaunch. Ve... **mehr...**

20.07.2009 · Unternehmen · Artikel
Samsung gibt sich ein grüneres Image Der südkoreanische Elektronikkonzern Samsung Electronics will sich ein grüneres Image v... **mehr...**

20.07.2009 · Digital · Artikel
E.on baut Markenwelt auf YouTube Der Energieriese Eon intensiviert seine Online-Aktivitäten. Derzeit baut der Düsseldorf... **mehr...**

Mehr Aktuelles aus

