

Presseinformation

05/2018

Lesezirkel auch 2017 gut behauptet

Reichweite stabil / Allzeithoch beim Titelangebot / Aldi Süd setzt auch 2018 auf LZ-Werbung

Das Geschäftsmodell Lesezirkel hat sich auch im Jahr 2017 in Koexistenz mit den digitalen Medien bewährt. Die Zeitschriftensparte konnte sich mit einem vergleichbar geringen Umsatzrückgang von 1,4 Prozent auf 181,3 Millionen Euro und einer außerordentlich stabilen Reichweite von 12 Millionen Lesern behaupten. Davon entfielen 164,5 Millionen Euro (-1,3 Prozent) auf die Zeitschriftenvermietung und 16,8 Millionen Euro (-2,2 Prozent) auf die Lesezirkel-Werbung.

Für das Berichtsjahr 2017 weist die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse folgende Reichweitenergebnisse für den Lesezirkel aus: ma 2017 Pressemedien I = 11,6 Millionen Leser (16,7 Prozent; ma 2016 I = 12,06 Mio.), 2017 Pressemedien II = 12,61 Millionen Leser (18,0 Prozent; ma 2016 II = 11,97 Mio.). Nach 12 Ausgaben steigt die Leserschaft auf 58,8 Prozent (41,18 Millionen Personen) an.

Die Leserschaft setzt sich wie folgt zusammen: 7,33 Mio. gehören zu den weiblichen, 5,28 Mio. zu den männlichen Lesezirkel-Nutzern. 5,89 Mio. Leser zählen zu der jüngeren Altersgruppe zwischen 14 und 49 Jahren. 7,45 Mio. verfügen über eine höhere Schulbildung. 5,28 Mio. LZ-Nutzer leben in Haushalten mit einem Netto-Einkommen von 3.000 Euro und mehr.

Axel Walkenhorst, Vorsitzender des Lesezirkel-Verbands: „Zeitschriften werden auch im digitalen Zeitalter wertgeschätzt, wie die Ergebnisse des Geschäftsjahres 2017 zeigen. Zu ihren Assets zählen Glaubwürdigkeit, Haptik und der Wunsch nach Entschleunigung. Für die Verlage ist die Vertriebspartei Lesezirkel ein Segment, das für eine sehr hohe Anzahl von Lesern pro Exemplar sorgt und kein Remissionsrisiko birgt.“

Beim Anzeigengeschäft konnten die Verluste aus 2015 (- 9 Prozent) und 2016 (- 3,9 Prozent) in 2017 weiter reduziert werden auf -2,2 Prozent. Einer leicht rückläufigen überregionalen Lesezirkel-Werbung steht eine vitale Entwicklung in der regionalen Werbung gegenüber. Der von der Spezialmittler-Agentur Becker +

Stahl 2017 akquirierte Neukunde Aldi-Süd setzt seine Lesezirkel-Werbung auch 2018 fort.

Der Zielgruppenfragmentierung und den immer weiter ausdifferenzierten Leseinteressen begegnet der Lesezirkel durch kontinuierliche Ausdehnung seines Titelangebotes. Im Berichtsjahr 2017 führte der Lesezirkel ein Allzeithoch von 333 verschiedenen Zeitschriften (+13 Titel gegenüber dem Vorjahr).

Das Spektrum der LZ-Kategorien spiegeln auch die Top Ten der LZ-Zeitschriften nach Höhe der LZ-Auflagen wider: 1. „Stern“ 135.781; 2. „Bunte“ 122.326; 3. „Für Sie“ 103.763; 4. „Der Spiegel“ 86.212 5; 5. „Gala“ 82.749; 6. „Freundin“ 78.238; 7. „Freizeit Revue“ 77.693; 8. „Focus“ 70.405; 9. „Eltern“ 68.633; 10. „Auto Motor und Sport“ 68.150.

Leser, die anstelle von Print digitale Medien favorisieren, können Publikumszeit-schriften auch über die von Lesezirkel-Unternehmen angebotene App „myLese“ nutzen. In der ersten Vermarktungsphase richtet sich die App, die auch allen anderen branchenzugehörigen Unternehmen über eine Lizenzierung zur Verfügung steht, an die Zielgruppe der klassischen LZ-Geschäftskunden.

„Generell“, so Walkenhorst, „schätze ich die Zukunftsperspektiven für den Lesezirkel positiv ein“. Bei der Neuausrichtung des Verbandes setzt Walkenhorst auf folgende Schwerpunkte: „Um den Verband für Mitgliedsunternehmen noch attraktiver zu machen, wollen wir das Dienstleistungsangebot für unsere Mitglieder verbessern und erweitern. Hierunter fällt u.a. der Abschluss neuer Rahmenverträge, beispielsweise mit der Unternehmensgruppe Würth und dem KFZ-Dienstleister pitstop. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Intensivierung der Kommunikation mit den Verlagshäusern und Vertriebsgesellschaften als wichtigste Geschäftspartner des Lesezirkel.

Das Geschäftsmodell des Lesezirkels basiert auf einer Mehrfachvermietung von Zeitschriften-Sortimenten, die sogenannten „Lesemappen“. Durch die Mehrfachnutzung der Zeitschriften und ein anschließendes rationelles Recycling leistet das Lesezirkel-System einen konkreten Beitrag zum Umweltschutz. Je nach Aktualität der Titel, die entweder druckfrisch nach ihrem Erscheinen oder in den Folgewochen bezogen werden können, variiert der Bezugspreis. Der Konzentrationsprozess der LZ-Unternehmen setzt sich weiter fort. Die Ursachen liegen zum einen in der fehlenden Nachfolge und zum anderen in der wirtschaftlichen Entwicklung. Zum 31. Dezember 2017 gehörten dem Verband Deutscher Lesezirkel insgesamt 67 aktive deutsche Mitgliedsunternehmen an (2016: 72 Mitglieder).

Über den Verband Deutscher Lesezirkel e.V.

Der Verband Deutscher Lesezirkel wurde am 15. Mai 1908 in Leipzig gegründet und konnte 2008 sein 100-jähriges Bestehen feiern. Die Interessengemeinschaft vertritt rund 80 Prozent aller Lesezirkel-Unternehmen in Deutschland.
www.lesezirkel.de

Für Rückfragen:

Verband Deutscher Lesezirkel e.V.
Axel Walkenhorst
Vorsitzender
Tel.: 02381/94 06 00
E-Mail: info@medien-palette.de

Klaus Hemmerling
Geschäftsführer
Tel.: 0211/69 07 32 0
E-Mail: verband@lesezirkel.de

|