



Foto: © pixelio.de

Die Hefte werden dünner.

Die höchsten Brutto-Umsatzverluste, jeweils über 35 Prozent, weisen die Segmente Automobiltechnik (-45, Prozent, 12 erfasste Hefte), Industrie allgemein (-41 Prozent, 19 erfasste Hefte), Metallbearbeitung (-40 Prozent, 14 erfasste Hefte) und Blechverarbeitung (-38 Prozent, fünf Titel) aus. Zudem konnten nur sechs der 54 Fachpressekategorien: Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit (sechs Titel, +12 Prozent), Energieversorgung (18 Titel, +4 Prozent), Floristik (drei Titel, +1 Prozent), Malerhandwerk (drei Titel, +3 Prozent), Medizintechnik (fünf Titel, +11 Prozent) und Uhren Schmuck (vier Titel, +4 Prozent).

Prognosen für 2010 fallen den Meynen-Experten schwer. "Schenkt man den ersten, zaghaften Meldungen der Medien im neuen Jahr Gehör, wird 2010 ein harter Brocken", so Michael Rebelein. Dennoch sei Hoffnung und Zuversicht auszumachen. Einen ersten Trend könnte die Hannover-Messe für die Industrie setzen. Die alle drei Jahre stattfindende Bauma in München, die fast zeitgleich im April veranstaltet wird, kann als weiterer Indikator für die Entwicklung gelten. Der Trend der Verlage, neue Titel in Nischenthemen zu etablieren, werde sich aber weiter fortsetzen.

## Anzeigenumsatz der Fachpresse schrumpfte 2009 um fast ein Viertel

veröffentlicht am 20.01.2010 um 11:49 Uhr - Medien - Artikel

Das Anzeigengeschäft der deutschen Fachzeitschriften verzeichnete im vergangenen Jahr einen drastischen Einbruch: Die Zahl der Anzeigenseiten schrumpfte 2009 um 22 Prozent, der Umsatz ging sogar um 24 Prozent zurück. Das geht aus der aktuellen Werbeträgerstatistik der Vertriebsunion Meynen hervor. Der Verlagsdienstleister aus Eltville wertet das Inserateaufkommen in 430 Fachzeitschriften aus, berücksichtigt werden 54 Branchen. Anders als etwa bei Nielsen Media Research wird dabei auch Rubrikenwerbung mit einbezogen. Nielsen hatte der Fachpresse auf Basis von rund 150 ausgewerteten Objekten kürzlich einen Rückgang des Bruttoanzeigenumsatzes um sieben Prozent bescheinigt.

Der Forschungsexperte bei Meynen, Michael Rebelein, findet in der Entwicklung auch einen positiven Aspekt: Der Rückgang

### ONLINE-MEDIAPLANUNG


 Online-Mediaplanung für Profis: Das W&V-Kompendium. [mehr...](#)

### TOP-AKTUELL

### TOP-GEKLICKT

- 21.01.2010 05:00 - Unternehmen - Artikel  
Almaq & Stolle lässt für Nutella Jungnationalpieler auflaufen Almaq & Stolle verpasst Nierlaeile Vertragsgüter. Die neue Kampagne mit Jungnational... [mehr...](#)
- 21.01.2010 04:00 - Digital - Artikel  
Mediabrand's baut Reprise Media aus Mediabrand's barttle Präsenz der Search- und Social-Marketing-Agentur Reprise Media aus... [mehr...](#)
- 20.01.2010 - Digital - Artikel  
Apple und Microsoft in Gesprächen über mobile Suche Nach Informationen der BusinessWeek verhandeln Apple und Microsoft über einen Deal zur... [mehr...](#)
- 20.01.2010 - Agenturen - Artikel  
Fall Rudzika: Aegis-Tochter Carat kämpft um Schadensersatz Ende Januar startet der Zivilprozess, in dem Caratals Nebenkläger der von Rudzika wert... [mehr...](#)
- 20.01.2010 - Agenturen - Artikel  
Die Kreativ-Termine 2010 sind online Ab sofort sind die W&V-Kreativ-Termine in der aktuellen Fassung online. Das PDF zum D... [mehr...](#)

 Mehr Artikelles aus 

### AKTUELLE VIDEOS

