



Der schwierige Dreh an der Preisschraube

Die Verlage haben es bei der **Preisgestaltung von E-Mags** nicht leicht. Derzeit versuchen sich die Häuser an allerlei Strategien – auch angesichts der Tatsache, dass die Verbreitungsmöglichkeiten für die E-Paper zunehmen.

Die Verlage stecken in einem Dilemma. Was ist der angemessene Preis für die digitale Ausgabe eines Printmagazins? Soll sie teurer sein als die gedruckte Ausgabe, da sie ja oft Zusatzangebote wie Videos oder Extra-Inhalte enthält? Oder soll sie, um die Leser von der Angebotsform zu überzeugen, erst mal billiger als das Printpendant zu haben sein? Oder gar kostenlos? Und wenn kostenlos, dann nur für Print-Abonnenten? Oder auch andere potenzielle E-Mag-Käufer? Doch wird mit einer solchen Maßnahme nicht wieder der Gratsmentalität Vorschub geleistet?

Es wird derzeit viel experimentiert in deutschen Verlagshäusern, was das Pricing von E-Mags betrifft. Die Unternehmensberatung Kirchner + Robrecht hat sich die Stra-

tegien der Häuser etwas genauer angesehen: Für den „Preismonitor E-Magazines“ wurde die Preispolitik von 97 regelmäßig erscheinenden E-Mags ausgewertet – sowohl aus den Bereichen Publikum als auch Special Interest.

Das Fazit: Bei knapp 60 Prozent der Titel, die auch digital als Einzelheft erhältlich sind, ist der Copypreis von Print und E-Mag identisch (siehe Tabellen). Bei E-Magazines, die auch im Abo zu haben sind – und das ist bei rund 80 Prozent aller ausgewerteten Titel der Fall – ist der Preis sogar bei über zwei Dritteln identisch. Die virtuelle Version teurer anzubieten, wagt bisher kaum ein Verlag: Bei den Abo-E-Mags sind es gerade mal 3,8 Prozent, die etwas mehr kosten, bei den Einzelheft-Ausgaben sogar nur 2,2 Prozent.

EIN DRITTEL WIRD NACHGELASSEN

Titel, deren E-Abo günstiger als das Print-Abo ist¹

	in Euro
Durchschnittl. Preis Jahres-Abo Printmagazine	98,54
Durchschnittl. Preis Jahres-Abo E-Mags	68,14
Durchschnittl. Preisunterschied E-Mags zu Printmagazinen	-30,40
Durchschnittl. Preisunterschied E-Mags zu Printmagazinen in %	-30,9

DER SPARSAME WÄHLT DIGITALES

Preisvergleich der Jahres-Abos E-Mag vs. Print¹

	in Euro
Durchschnittl. Preis Jahres-Abo über alle Printmagazine	51,92
Durchschnittl. Preis Jahres-Abo über alle E-Magazine	44,55
Preisunterschied E-Mags zu Printmagazinen	-7,37
Ersparnis bei Abo aller 77 Objekte ¹ E-Mag vs. Print	567,52

ZWEI DRITTEL WÄHLEN DAS PRINT-NIVEAU

Preispolitik der Verlage bei den Print- und E-Mag-Abos¹

	in Prozent
Preis E-Abo = Print-Abo	68,8
E-Abo günstiger als Print-Abo	23,8
E-Abo teurer als Print-Abo	3,8
E-Abo kostenlos für Print-Abonnenten	3,8

¹Basis: Alle 19 Objekte mit E-Mag-Abo günstiger als Print-Abo. Quelle: Kirchner + Robrecht Preismonitor E-Magazines.





Experimente
 „Focus“, „Spiegel“,
 „Wirtschaftswoche“
 und „Vogue“ testen
 verschiedene
 Pricing-Varianten.

Und das wird sich wohl in nächster Zeit auch nicht ändern, glaubt Marco Olavarria, Geschäftsführender Gesellschafter von Kirchner + Robrecht. „Ich denke, dass es schwierig sein wird, einen Preisaufschlag zu realisieren.“ Zumal zusätzliche Inhalte nicht automatisch von den Kunden als Mehrwert wahrgenommen werden. Mit günstigeren Angeboten könne man natürlich erst mal einen höheren Absatz erzielen. Doch auch das berge Risiken, warnt Olavarria: „Die Preisbereitschaft für das Printprodukt könnte in Mitleidenchaft gezogen werden.“

Ein E-Magazin für bestehende Print-Abonnenten gratis anzubieten, wird von 3,8 Prozent (Abo) respektive 3,3 Prozent (Einzelverkauf) praktiziert. Burda hielt es beispielsweise bis 1. September für die Titel seiner Focus-Familie so. Derzeit gibt es die E-Mag-Ausgaben von *Focus*, *Focus-Money* und *Focus-Schule* allerdings nicht mehr automatisch als kostenloses Extra für die Print-Abonnenten – wie die Preisgestaltung künftig aussehen soll, wird derzeit überlegt. Alexander von Reibnitz, Geschäftsführer Digitale Medien und Neue Geschäftsfelder beim Verlegerverband VDZ, empfiehlt eher mit höheren Preisen zu beginnen, die dann gegebenenfalls gesenkt werden. Denn Preiserhöhungen akzeptiere der Nutzer „immer schwieriger als Preissenkungen“.

Wie sehr das Thema Pricing und Vertrieb von E-Magazinen teilweise noch in den Kinderschuhen steckt, zeige auch ein anderer Aspekt, so Olavarria: „Manche Angebote werden

auf den Verlags-Sites tatsächlich regelrecht versteckt, der Bestellprozess ist mitunter – sagen wir mal intransparent.“ So seien die E-Paper gelegentlich erst nach einiger Suche im Archiv der jeweiligen Websites aufgefunden worden.

Doch die Suche nach der richtigen Strategie kommt langsam in die Gänge – auch, da die Zahl der potenziellen Vertriebsplattformen wächst: Bertelsmann und die Gruner + Jahr-Vertriebtochter dnv haben jetzt den Start ihres Online-Kiosks Pubbles.de noch für diesen Herbst angekündigt. Weitere Anbieter werden folgen, prognostiziert von Reibnitz: „Telekommunikationsanbieter und Buchhandelsketten“ gehören zu den Kandidaten, bei denen er sich eine entsprechende Sortimentserweiterung gut vorstellen könnte.

Mit der wachsenden Zahl an Vertriebsportalen besteht auch die Chance, die Reichweite der E-Mags zu erhöhen. Sie ist die Voraussetzung, um eine andere wichtige Säule zu stärken: die Anzeigenerlöse. Noch gibt es nur wenige Werbekunden, die die technischen Möglichkeiten der digitalen Ausgaben nutzen. Zu ihnen zählen New Yorker, Direct Line und Bacardi: Die Agentur Pilot 1/0 produzierte jetzt für die iPad-Versionen des *Spiegel* explizit für das Gerät erdachte Kampagnen. Steigen die Absatzzahlen der E-Mags, werden wohl auch andere potenzielle Kunden in dieser Hinsicht mutiger. Denn Ziel muss es sein, ein ähnliches Verhältnis zwischen Vertrieb und Anzeigen aufzubauen wie im Printbereich.

Manuela Pauker ▶ manuela.pauker@wuv.de

LEICHTE ERSPARNIS BEIM EINZELHEFT

Titel, deren E-Mag-Einzelausgabe günstiger ist als Printheft¹

	in Euro
Durchschnittl. Preis Einzelausgabe Printmagazine	4,42
Durchschnittl. Preis Einzelausgabe E-Mags	3,50
Durchschnittl. Preisunterschied E-Mags zu Printmagazinen	-0,92
Durchschnittl. Preisunterschied E-Mags zu Printmagazinen in %	-20,8

¹Basis: Alle 30 Objekte mit EV E-Mag günstiger als EV Print.
 Quelle: Kirchner + Robrecht Preismonitor E-Magazines.



INSGESAMT KAUM EIN UNTERSCHIED

Preisvergleich aller Einzelhefte E-Mags vs. Print¹

	in €
Durchschnittl. Preis Einzelausgabe über alle Printmagazine	4,33
Durchschnittl. Preis Einzelausgabe über alle E-Magazine	4,01
Preisunterschied E-Mags zu Printmagazinen	-0,32
Preisunterschied E-Mags zu Printmagazinen in %	-7,4

¹Basis: Alle 85 Objekte mit EV-Angebot für E-Mag und Print, ohne Kostenlos-Angebote für Print-Abonnenten (Focus-Objekte).
 Quelle: Kirchner + Robrecht Preismonitor E-Magazines.



MEHR SCHNÄPPCHEN IM EINZELVERKAUF

Preispolitik der Verlage E-Mag vs. Printeinzelheft

	in Prozent
EV E-Mag = EV Print	58,9
EV E-Mag günstiger als EV Print	33,3
EV E-Mag höher als EV Print	2,2
E-Mag ohne Printpendant	2,2
E-Mag kostenlos für Print-Abonnenten	3,3

Basis: Alle 90 Objekte mit E-Mag als Einzelheft; Rundungsdifferenzen.
 Quelle: Kirchner + Robrecht Preismonitor E-Magazines.

