

## Pressemitteilung

20. September 2010 | 9:00

### Verlage setzen bei E-Magazines auf Preisgleichheit mit Print

**Berlin – E-Magazines werden überwiegend zum gleichen Preis angeboten wie ihre Print-Pendants. Dies trifft auf immerhin 70 Prozent aller im Abonnement und knapp 60 Prozent aller im Einzelverkauf angebotenen E-Magazines zu. Dies ist eines der zentralen Ergebnisse des „Preismonitors E-Magazines September 2010“ von Kirchner + Robrecht management consultants.**

Der „Preismonitor E-Magazines“ von Kirchner + Robrecht untersucht die Preispolitik bei Publikums- und Special Interest-Zeitschriften sowie bei Wochenmagazinen. Ausgewertet wurden die Preise von 97 Publikationen – vom einfachen blätterbaren PFD bis hin zur App für das iPad. Hierbei zeigt sich, dass die Verlage zumeist versuchen, die Preise ihrer Printmagazine auch für ihre E-Mags durchzusetzen.

Konsumenten können **nur bei jedem vierten** E-Magazine, das im Abonnement erhältlich ist, gegenüber Print Geld sparen. Bei den wenigen Titeln, bei denen man sparen kann, ist der Preisnachlass allerdings beachtlich: Satte **30 Prozent oder 30,40 Euro** beträgt der Nachlass auf ein Abo eines vergünstigten E-Mags gegenüber Print im Durchschnitt. Hierbei ist auffällig, dass gerade für Titel mit relativ hohem Abopreis bei den E-Magazines ein Nachlass gewährt wird.

Diese Strategie birgt nach Einschätzung von Dr. Marco Olavarria, Geschäftsführender Gesellschafter von Kirchner + Robrecht management consultants, Chancen und Risiken: „Verlage, die ihre E-Mags günstiger als die Printzeitschrift anbieten, führen Neukunden an ihre Marke heran und bieten Kaufanreize. Auf der anderen Seite sollte der Preisunterschied nicht so groß sein, dass die Preisbereitschaft für das Printprodukt sinkt.“

Bei den Einzelheften zieren die E-Magazines hingegen häufiger ein reduziertes Preisschild: Hier fällt der Preis für die E-Ausgabe bei **jedem dritten Titel** niedriger aus. Dafür beträgt der durchschnittliche Nachlass dann lediglich knapp über **20 Prozent**. Während die Printtitel im Schnitt 4,42 Euro kosten, werden die entsprechenden E-Mags durchschnittlich für 3,50 Euro angeboten. Dies entspricht einer durchschnittlichen Reduktion ggü. Print von **unter einem Euro** (92 Eurocent). Absolute Ausnahme sind Titel, die in der E-Ausgabe teurer als in Print sind.

Ein weiteres wichtiges Ergebnis des Preismonitors: Die Verlage haben deutliches Verbesserungspotenzial bei der Vermarktung ihrer E-Magazines. Mitunter sind die E-Magazines gar nicht auf den Verlagseigenen Websites, sondern lediglich auf Plattformen wie dem Leser-Service der Deutschen Post oder auf [Pressekatalog.de](http://Pressekatalog.de) zu finden. In anderen Fällen muss man viel Geschick und Geduld beim Finden der E-Magazines aufweisen: So findet man die Bestellmöglichkeit für das E-Magazine schon mal im Archiv, nicht aber im Shop.

Der „Preismonitor E-Magazines September 2010“ von Kirchner + Robrecht management consultants kann unter der folgenden Adresse gegen Registrierung kostenlos herunter geladen werden: <http://www.kirchner-robrecht.de/kirchner-robrecht-studien/preismonitor-e-magazines/>

**Über Kirchner + Robrecht management consultants**

Kirchner + Robrecht management consultants ist seit 1993 die Unternehmensberatung für Verlage und Medienunternehmen.

**Kontakt**

Kirchner + Robrecht management consultants

Sabrina Buschow

Martin-Buber-Str. 18

D-14163 Berlin

Telefon +49 30 8803394-21

[sabrina.buschow@kirchner-robrecht.de](mailto:sabrina.buschow@kirchner-robrecht.de)

[www.kirchner-robrecht.de](http://www.kirchner-robrecht.de)