

Pressemitteilung

23. Februar 2010

Mutige Preisstrategien bei deutschen Tageszeitungen Performance-Analyse Tageszeitungen 2009/2010 von Kirchner + Robrecht

- › *Zeitungen erhöhen Abo-Preise kräftig*
- › *Zeitungen mit den stärksten Preiserhöhungen verlieren überdurchschnittlich an Auflage*
- › *Auflagen sinken weiter – im Osten stärker als im Westen*

Berlin, 23. Februar 2010 – Die zehn Tageszeitungen, die im vergangenen Jahr in Deutschland ihren Abo-Preis am stärksten erhöht hatten, haben spürbar mehr Auflage – nämlich durchschnittlich 2,5 Prozent – verloren als die zehn Tageszeitungen mit den geringsten Erhöhungen der Abopreise. In dieser Gruppe lagen die Auflagenverluste bei 1,9 Prozent. Das ist eines der zentralen Ergebnisse der „Performance-Analyse Tageszeitungen 2009/2010“.

In der Performance-Analyse hat die Unternehmensberatung Kirchner + Robrecht management consultants – wie schon im Vorjahr – anhand der Gegenüberstellung von Preis- und Auflagenentwicklung die Marktpformance ausgewählter deutscher Tageszeitungen analysiert. Für die Analyse wurden 50 Tageszeitungen untersucht – davon 38 aus den alten Bundesländern und zwölf aus den neuen einschließlich Berlin. Die Auswahl erfolgte nach Auflagenstärke und regionaler Verteilung.

Alle untersuchten Tageszeitungen haben innerhalb eines Jahres ihre Abopreise erhöht – im Durchschnitt um 4,6 Prozent. Die Kosten für ein Zeitungs-Abo sind damit deutlich stärker gestiegen als der Verbraucherpreisindex, der 2009 gerade einmal um 0,4 Prozent zunahm. Der durchschnittliche Abo-Preis ist von 23,67 Euro auf 24,77 Euro gestiegen, wobei es im Westen Deutschlands mit 1,24 Euro einen deutlich stärkeren Anstieg gab als im Osten mit 0,89 Euro.

Die Spannweite der Preiserhöhungen ist sehr hoch, die Erhöhung der Abopreise betrug zwischen 50 Cent und 3 Euro. Die absolut größte Erhöhung der Abopreise aller untersuchten Titel hat die ‚Süddeutsche Zeitung‘ mit 3 Euro pro Monat vorgenommen, die relativ größte Erhöhung mit über 13 Prozent die Ruhr Nachrichten.

Im Vergleich zum Vorjahr sind die Auflagen 2009 um 1,6 Prozent (West) und 3,8 Prozent (Ost) gesunken. Bedeuten die Auflagenverluste der Zeitungen mit den kräftigen Preiserhöhungen, dass diese Strategie falsch war? Dieser Zusammenhang ist nicht eindeutig: Der ‚Donaukurier‘ hat seine Abopreise stark erhöht und verzeichnet dennoch ein Auflagenwachstum. Auch ‚Süddeutsche Zeitung‘ und ‚Trierischer Volksfreund‘ haben ihre Preise stark erhöht und weisen eine überdurchschnittlich gute Auflagenentwicklung auf.

„Diese Beispiele zeigen, dass auch in einem schwierigen Marktumfeld offensive Preisstrategien erfolgreich sein können. Denn neben dem Preis gibt es weitere wichtige Faktoren für die Performance eines Zeitungstitels: vor allem die Produktqualität, intensive und nachhaltige Vertriebsaktivitäten und schließlich die Markenpflege“, interpretiert Dr. Marco Olavarria, Geschäftsführender Gesellschafter von Kirchner + Robrecht management consultants, die Ergebnisse der Studie.

Daher sei es riskant, so Olavarria weiter, wenn die Verlage im Vertrieb zu einseitig auf das Instrument Preiserhöhung setzen: „Die Tageszeitungen müssen aufpassen, dass sie bei den Abo-Preisen nicht Fehlentwicklungen im Anzeigengeschäft wiederholen. Hier wurden viel zu lange immer wieder die Preise erhöht, diese höheren Preise dann aber durch Rabatte im Tagesgeschäft konterkariert. Ergebnis: Der Werbeträger Zeitung hat den Ruf, zu teuer zu sein. Das verursacht heute massive Probleme im Anzeigenverkauf. Im Vertrieb droht ähnliches: regelmäßige Preiserhöhungen, immer mehr Probe-Abos und Sonder-Konditionen. Wer nicht auch gleichzeitig in die Qualität seines Produkts investiert, schwächt seine Marke.“

Die Studie steht unter www.kirchner-robrecht.de zum kostenlosen Download zur Verfügung.

Über Kirchner + Robrecht management consultants

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

Kontakt

Kirchner + Robrecht management consultants

Dr. Marco Olavarria

Martin-Buber-Str. 18

D-14163 Berlin

Telefon +49 30 8803394-22

marco.olavarria@kirchner-robrecht.de

www.kirchner-robrecht.de