



veröffentlicht durch *Bayerischer Journalisten Verband* (<https://www.bjv.de>)

[Startseite](#) > [BJVreport](#) > 4 / 2018 Lust auf mehr

Ausgabe 4 / 2018

Lust auf mehr

Blättern statt klicken: Print lebt auf dem Markt der periodischen Publikums- und Fachpresse, und dazu leistet nicht nur Birgit Schrowange ihren Beitrag. Ein Blick auf Trends in der Zeitschriftenbranche.

Wer im Journalismus gerade ganz dringend eine riesengroße Portion Zuversicht braucht, dem sei die Lektüre der Publikation *Printmedien Bayern* des VZB empfohlen. Darin versammelt der Verband, der seit nunmehr 70 Jahren die Interessen der Zeitschriftenverlage in Bayern vertritt, lauter gute Nachrichten zur Entwicklung der eigenen Branche.

Die Deutschen lieben Magazine?, steht dort geschrieben, und die knapp elf Millionen Bayern tun's sogar noch ein bisschen mehr: Während 2016 deutschlandweit 89 Prozent der Menschen in Zeitschriften blättern, griffen in Bayern 90 Prozent auf die 1600 regelmäßig erscheinenden Publikums- und 3900 Fachtitel zu. Von den befragten Verlagen planen überdies zwei Drittel, im laufenden Jahr weitere Zeitschriften auf den Markt zu bringen.

Das sind Zahlen, die beeindrucken (sollen) und die VZB-Spitze im aktuellen Jahresheft frohlocken lassen: Die Phase im Jammertal, wo sinkende Auflage, steigendes Desinteresse der Leser und die Abkehr der Werbungtreibenden manche Zeitschriftenmacher furchtbar depressiv gemacht hätten, sei überwunden: *Print hat sich seinen Platz zurückerobert.* Dass die zunehmende Nutzung digitaler Medien wie anderswo auch ihre Spuren hinterlasse, wird selbstbewusst nicht als Krise, sondern als Herausforderung verstanden, die es zu meistern gilt.

In diese Euphorie grätscht indes die jüngste Statistik von Andreas Vogel. Der Presseforscher, der Kommunikationswissenschaft an der Uni Bamberg lehrt, ist sozusagen der Walter Schütz der Zeitschriftenbranche. Schütz erfasste über Jahrzehnte sämtliche Tageszeitungsausgaben. Vogel entgeht kein neues Heft der periodischen Populärpresse. Alle zwei Jahre schreibt er seine Analyse für *Media Perspektiven* auf, so auch in diesem Sommer. Seine Kernbeobachtung: Die Auflagen- und Umsatzzahlen der Publikumspresse gehen ebenso wie die der Tagespresse seit nunmehr 20 Jahren kontinuierlich zurück. Gab es 1975 bundesweit noch 24 Verkaufsauflagen-Millionäre, sank die Zahl 2016 auf sieben. Im März 2018 waren es nur noch drei – allesamt 14-tägig erscheinende Programmzeitschriften

mit niedrigen Copypreisen.

Von Senta Krasser

weiterlesen im BJV Report S. 8^[1]

Download:

-  [BJV Report 4 / 2018](#) ^[2] (pdf, 10MB)

Source URL: <https://www.bjv.de/report/4-2018>

Links:

[1] https://www.bjv.de/sites/default/files/megazine3/bjv_report_2018_4/index.html#page=8

[2] https://www.bjv.de/sites/default/files/bjv_report_2018_4.pdf