



ZEITSCHRIFTEN GEWINNEN MARKTANTEILE

Werbung braucht ein vertrauensvolles Umfeld, um ihre Wirkung zu entfalten. Editorial Media schafft das. Burda macht vor, wie durch die Kombination von Tiefdruck und Digitaldruck die Werbung in Zeitschriften – selbst bei Millionenauflagen – regionaler, lokaler und sogar persönlicher werden kann.

Das Jahr 2022 wurde zur Zeitenwende in der Werbebranche: Elon Musks Twitter verlor die größten Werbekunden und entließ die Hälfte seiner 7.000 Mitarbeitenden. Der jahrelange Steigflug von Marc Zuckers Facebook kippte und ging in einen Sinkflug über: Meta feuerte 11.000 Digitalexperten. Online-Werbung verbuchte allein in Deutschland einen Rückgang von knapp 10%. Werbung in Publikumszeitschriften hingegen gewann wieder Marktanteile.

Großes Vertrauen in Publikumszeitschriften

Die vom Krieg in der Ukraine ausgelöste Energiekrise in Verbindung mit steigender Inflation und sinkender Konsumstimmung wirkten sich 2022 auf den Werbemarkt aus. Die Brutto-Werbependings sanken – im Oktober 2022 – im Vergleich zum Vorjahresmonat über alle Gattungen hinweg in Summe um - 11,4%. Allerdings sparen die Werbetreibenden nicht bei allen Gattungen im gleichen Umfang. So bleibt das Vertrauen in Publikumszeitschriften als qualitativ hochwertige Werbeumfelder groß. Die Zeitschriften verzeichnen mit „nur“ - 1,2% einen deutlich geringeren Rückgang im Vergleich zu anderen Gattungen wie z.B. TV (- 14,8%), Online (-9,6%), Werbesendungen (-12,1%), Kino (-15,5%), oder Radio (-7,4%). (Horizont/Nielsen). Das bedeutet: Zeitschriften gewinnen wieder Marktanteile im Kommunikationsmix der Werbetreibenden.

Es ist keinesfalls alles Gold, was digital glänzt



Das Beispiel von Elon Musk zeigt, wohin es führen kann, wenn ein Einzelner die Macht über die Meinungsäußerung von mehreren hundert Millionen Menschen erhält und Informationen nicht mehr kuratiert werden. Merke: Wer sein Werbegeld in Social Media investiert, tut nichts zum Erhalt der Demokratie. Wer es dagegen in Editorial Media investiert, unterstützt guten

und ausgewogenen Journalismus. Somit tragen klug verteilte Werbegelder zum Erhalt der freien Presse bei – und damit zur Stärkung unserer Demokratie.

BurdaVerlag
Publishing the Good Life



Burdas neues Werk II am Standort Offenburg

BurdaDruck kombiniert Tiefdruck und Digitaldruck

Die für 30 Millionen Euro neu erbaute Produktionshalle in Offenburg inklusive einer neu aufgestellten Rotations-Tiefdruckmaschine und Weiterverarbeitung arbeitet inzwischen auf der Kammlinie.

Monat für Monat druckt BurdaDruck Millionen Kataloge und Zeitschriften, darunter auch die 2,5 Millionen Exemplare der Apothekenzeitschrift my life. Das Besondere daran: Die Umschlagseiten werden – wo immer gewünscht – digital gedruckt. So können selbst kleine Unterauflagen an viele tausende lokale Vertriebsstellen ab 50 Stück zu günstigen Kosten in Vollfarbe regionalisiert und individualisiert werden.

„Wir kombinieren die Kostenvorteile des Tiefdrucks im Innenteil mit der Variabilität des Digitaldrucks auf dem Umschlag“, erklärt Ingo Raab, Geschäftsleitung Vertrieb und Business Development bei BurdaDruck. Und er ergänzt: „Corporate Publishing Zeitschriften wie auch Versandhauskataloge, die ja zumeist volladressiert per Post zugestellt werden, können wir sogar one-to-one produzieren und postaufliefern.“

Dahinter steckt ein ausgeklügeltes logistisches Konzept von der One-to-One Druckvorstufe, über das Zusammenspiel von Tiefdruck und Digitaldruck bis zur geolokalisierten Logistik – ob in die Versandzentren

der Post, zum Presse-Grosso, ja sogar bis zu den regionalen Verteilzentren des Pharma-Großhandels oder Lebensmittel-Einzelhandels.

Womit klar sein dürfte, dass hybrider Tiefdruck und Programmatic Print sich nicht ausschließen, sondern bei hohen Auflagen die kostengünstigste Variante darstellen, um hochrelevante Druckprodukte zu erzeugen.

Besuchen Sie uns, Sie werden staunen!

Reden Sie mit BurdaDruck über Ihre programmatische Idee:



Ingo Raab
 Geschäftsleitung
 Vertrieb und
 Business Development

ingo.raab@burda.com
 Telefon +49 781 84 2002
 Mobil +49 173 540 49 11
 www.burda.com