

Gewinner und Verlierer

Laut MACH 2009-1 verzeichnen die Gesundheits-Magazine einen markanten Reichweitenverlust. In der Statistik fehlen jedoch zwei Titel, die kräftig den Markt aufmischen: Sprechstunde Dr. Stutz und Vista. Eine neue gfs-Studie zeigt: Im Vergleich zum Vorjahr konnte das auflagenstärkste Magazin – Vista – bei Bekanntheit und Nutzung stark zulegen.

Manuel Lüthy

Sämtliche Titel der Gruppe «Gesundheit» kranken an galoppierendem Reichweitenverlust; so lautet das Fazit von Ueli Custers Analyse der MACH-Zahlen 2009-1. Gegenüber dem Vorjahr haben vier von sieben Titeln signifikant an Reichweite eingebüsst: Zwischen 7,1% und 7,7% beträgt der relative Rückgang bei den drei deutschsprachigen Titeln Drogistenstern, Gesundheitstipp und Schweizer Hausapotheke; ganze 14,9% sind es bei der französischen Pharmacie chez soi. Im Vergleich zu 2004 mussten alle sieben vergleichbaren Titel signifikante Reichweitenverluste in Kauf nehmen (s. Tabelle «Reichweitenverluste der Gesundheits-Titel»). Drei Monate nach Erscheinen der MACH-Zahlen stellte Ringier die Gesundheit Sprechstunde ein. Ausschlaggebend für den Entscheid seien die stark gesunkenen Inserateinnahmen und die rückläufigen Verkaufserlöse bei der ganzen Gesundheitsplattform gewesen, sagte Fibo Deutsch, Leiter der Health Unit, gegenüber der Werbewoche.

Vom Wegfall des Ringier-Magazins werden auch jene Konkurrenten profitieren, die mangels WEMF-Reichweiten nicht in der MACH-Statistik erscheinen und die erfolgreich den Markt aufmischen: Sprechstunde Dr. Stutz sowie Vista.

gfs-Umfrage 2009: Vista steigert Bekanntheitsgrad

Wie erfolgreich der auflagenstärkste aller Titel im Markt agiert, zeigt eine Umfrage des Forschungsinstituts gfs. Bei der ungestützten Frage «Welche Zeitschriften im Bereich von Gesundheit und Prävention kommen Ihnen spontan in den Sinn?» konnte Vista mit +18% im Vergleich zum Vorjahr die höchste Steigerung verbuchen (s. Grafik 1).

Zum Erfolg von Vista beigetragen haben dürfte auch das aussergewöhnliche Distributionskonzept: Verteilt wird das Gesundheitsmagazin als Beilage der namhaften Tageszeitungen Tages-Anzeiger, Aargauer Zeitung, Neue Luzerner Zeitung, St. Galler Tagblatt, Thurgauer Zeitung, Der Landbote, Schaffhauser Nachrichten, Berner Zeitung, Berner Oberländer, Thuner Tagblatt, Oltner Tagblatt, Solothurner Zeitung, Basler Zeitung und Basellandschaftliche Zeitung und erreicht so auch eine hohe Glaubwürdigkeit.

Vista wird intensiv genutzt – auch von jungen Lesern

Auf die Frage «Wie lange lesen Sie normalerweise in der vorliegenden Zeitschrift, bis Sie sie endgültig auf die Seite gelegt haben?», antwor-

teten bei Vista 16% der Befragten «länger als 20 Minuten» und 46% «10 bis 20 Minuten» (s. Grafik 2). Das Magazin aus dem Neeracher Verlagshaus konnte damit die Verweildauer im Vergleich zum Vorjahr stark ausbauen.

Bei der Nutzungswahrscheinlichkeit (durchschnittliche Anzahl Leser pro Ausgabe einer Zeitschrift) konnte Vista gar den höchsten Zuwachs (+48%) verbuchen und liegt nun mit 37% fast gleichauf wie die Hausapotheke (38%). Beide Zeitschriften liegen nun vor dem Drogistenstern (36%).

Die Umfrage zeigte auch: In der Altersgruppe 30–44 ist Vista dominant. Zu diesem Ergebnis könnte neben der modernen und sympathischen Aufmachung auch der Umstand beigetragen haben, dass vermehrt präventive Themen abgehandelt werden.

Inserate werden stärker beachtet

Laut der gfs-Studie hat die Wahrnehmung der Inserate im Vista Magazin gegenüber dem Vorjahr zugenommen. Daraus resultieren vermehrt Käufe aufgrund der bestmöglich platzierten Inserate. Wie gewieft sich der Neeracher Verlag im Inseratemarkt bewegt, zeigt nicht nur der günstigste Tausender-Kontakt-Preis aller Gesundheitsmagazine. Nach der geplanten Reduktion der Auflage im September 2009 werden die Inseratepreise nach unten korrigiert werden – eine logische und kundenorientierte Massnahme, mit der sich noch manche Konkurrenten schwer tun.



Reichweitenverluste der Gesundheits-Titel

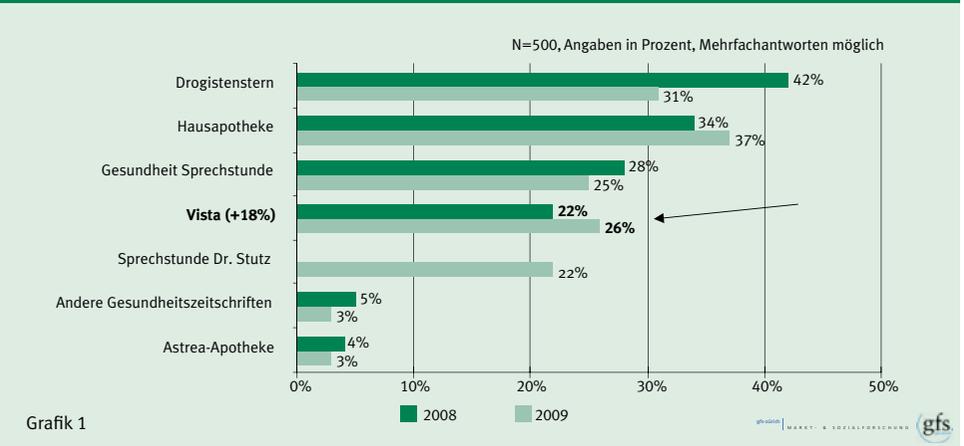
	Reichweite, Leser in 1000		
	2009-1	2008-1	2004
Drogistenstern	20,4	22,1	25,8
Gesundheit Sprechstunde	13,4	14,0	14,9
Gesundheitstipp (Puls-Tipp)	12,5	13,5	16,7
Natürlich	4,6	4,9	5,7
Schweizer Hausapotheke	11,7	12,6	14,1
Pharmacie chez soi	14,9	17,6	20,0
Tribune du Droguiste	7,6	8,3	10,8

Quelle: Ueli Custer: Talsole in Sichtweite? MACH Basic 2009-1, media Trend Journal



Weitere Informationen: www.sanatrend.ch

Welche Zeitschriften im Bereich von Gesundheit und Prävention kommen Ihnen spontan in den Sinn? (ungestützt)



Wie lange lesen Sie normalerweise in der vorliegenden Zeitschrift, bis Sie sie endgültig auf die Seite gelegt haben?

