



Lesezirkel Heute 3/2022

Herausgeber: Verband Deutscher Lesezirkel e.V.

LZ-JAHRESTAGUNG 2022

Axel Walkenhorst: MIT NEUEM SCHWUNG DIE ZUKUNFT MEISTERN

Die gut besuchte Jahrestagung des Verbandes Deutscher Lesezirkel e.V. begann mit einer zukunftsorientierten Rede des Verbandsvorsitzenden Axel Walkenhorst. Er gab die Losung aus, nicht länger über Corona und Zeitenwende zu jammern, sondern nach vorne zu sehen und appellierte an Mitglieder, Verlage und Verbände „miteinander, statt übereinander zu reden“. Gemeinsam sei man stark, so Walkenhorst, und sprach dabei die übereinstimmenden Interessen der Printverlage (Zeitungen, Zeitschriften, Bücher) und der unterschiedlichen Vertriebsparten an, die im Wettbewerb mit den Informationskanälen des Internets stehen.

Stephan Scherzer, Hauptgeschäftsführer des MVFP (Medienverband der freien Presse), und „Keyspeaker“ der Eröffnungsveranstaltung, schloss mit seinen Ausführungen nahtlos an die Begrüßungsrede von Axel Walkenhorst an. Er berichtete über die Verbandsarbeit des MVFP, gab einen Einblick in die aktuellen Entwicklungen bei den Verlagen und im Pressevertrieb und erläuterte anschließend die sich daraus ergebenden Herausforderungen. Dazu gehören: Auflagenrückgänge, sinkende Werbeeinnahmen der Verlage, drastisch gestiegene Papier- und Logistikkosten und wettbewerbsrechtliche Fragen unter dem zunehmenden Einfluss von EU-Regelungen.

Scherzer äußerte, dass man den anstehenden Veränderungen und dem Medienwandel nicht mit der „Logik von gestern“ begegnen dürfe, sondern frische Impulse und neue Ideen benötige, um die Zukunft zu meistern. Im gemeinsamen Engagement von Verlagen, Handel und Verbänden seien Zeit, Aufmerksamkeit, gegenseitiges Vertrauen und „Zusammenstehen“ erforderlich. Die aktuelle Politik sei in Teilen von einer „Verbotskultur“ geprägt.

In der folgenden Podiumsdiskussion mit Stephan Scherzer, Michael Fischer, Geschäftsführer Sales Impact (Tochterunternehmen Axel Springer) und Sebastian Ganske, Vorstand Ganske Verlagsgruppe, die von Hermann Schmidt moderiert wurde, kamen lesezirkelspezifische Themen zur Sprache. Übereinstimmend bekannten die Podiumsteilnehmer, dass es jetzt und in Zukunft nicht um Print versus Digital, sondern um Print und Digital gehe.

Uneingeschränkt wurde die Bedeutung des Lesezirkels für die Verlage im Laufe des Meinungsaustausches bestätigt: Der Vertriebsweg Lesezirkel trägt zur Stabilität der Gesamtauflage einer Zeitschrift bei. Michael Fischer betonte die unverzichtbare Reichweitenfunktion des



LESEZIRKEL
BESONDERS LESEN

Lesezirkels und regte an, verstärkt und über die öffentlichen Auslagen hinaus, um neue Privatkunden zu werben. Er empfahl Zielgruppen-Mappen für jüngere Leserinnen und Leser anzubieten, da der Mietzeitschriften-Service in der jüngeren Generation zu wenig bekannt sei. Sebastian Ganske regte eine Initiative an, die Lesezirkel-Auflage in der IVW als Teil der Abo-Auflage auszuweisen, da sich der Charakter und die Wertigkeit des Lesezirkelbezugs für Verlage, Werbetreibende und Verbraucher vom Einzelabonnement nicht unterscheiden.

Im Laufe der Diskussion, an der sich auch die Zuhörerinnen und Zuhörer rege beteiligten, wurde deutlich, dass es im Interesse aller Beteiligten in Verlagen, Verbänden und Vertriebsunternehmen liegt, näher zusammenzurücken, um die Bedeutung von Print in Gegenwart und Zukunft zu sichern.

Im Anschluss an die Eröffnungsveranstaltung lud der Verband Deutscher Lesezirkel zu einem gemeinsamen Abendessen in einem orientalisch gestalteten Event-Zelt in Berlin-Reinickendorf ein, wo die Fachgespräche in lockerer Atmosphäre fortgesetzt wurden.

LEISTUNGSWERTE DES LESEZIRKELS

- ➊ Der Lesezirkel erreicht Woche für Woche knapp 20% der bundesdeutschen Bevölkerung im Alter ab 15 Jahren
- ➋ Die Lesezirkel-Unternehmen in Deutschland liefern ca. 200 000 Lesemappen pro Woche aus
- ➌ 5% der verbreiteten Gesamtauflage der Publikumszeitschriften in Deutschland entfallen auf den Lesezirkel
- ➍ Bezieher des Lesezirkels können aus bis zu 300 Zeitschriften auswählen
- ➎ 33% der Lesezirkelbezieher in Deutschland verfügen über ein durchschnittliches Netto-Monatseinkommen von 2.000.- € und mehr
- ➏ 60% der Lesezirkelabonnenten sind öffentliche Auslagen
- ➐ 40% der Lesezirkelabonnenten sind Privathaushalte
- ➑ 70% aller Friseursalons in Deutschland beziehen den Lesezirkel
- ➒ 60% aller Arztpraxen in Deutschland sind Abonnenten des Lesezirkels
- ➓ Anteile „Öffentliche Auslage“ in %:
 - 43% Healthcare
 - 31% Beauty
 - 10% Cafes/Restaurants
 - 9% Wellness/Fitness
 - 7% Sonstige
- ➔ Die Lesezirkel-Unternehmen in Deutschland ermöglichen Produktwerbung in Form von Druckwerbung und Aufklebern auf den Umschlagseiten (U1-U4) im regionalen und überregionalen Bereich sowie die Auslieferung von Warenproben

