



WIP - Wissenschaftliches Institut für
Presseforschung und Medienberatung GbR

Essener Str. 28, D-51145 Köln
<http://www.presseforschung.de>

Tel. +49 (0)2203-695283
Fax.+49 (0)2203-695238

Wohnzeitschriften

Daten, Fakten und Entwicklung.

Mit einer Darstellung online verfügbarer Angebote

Stand: Dezember 2008

Exemplar Mustermann Verlags GmbH
Schutzgebühr: 40 EUR (statt ursprünglich 190 EUR)

– Auszüge aus der Studie –

Bestellschein für die vollständige Studie auf der letzten Seite

Inhalt

I. Einführung: Wohnen und Wohnzeitschriften	6
1.1 Die Einrichtungsbranche und die Medien	7
1.2 PresseGattungen im Überblick	10
2. Wohnzeitschriften in der Fachpresse und der sonstigen Presse	12
2.1 Fachpresse	13
2.2 Kunden- und Kontaktpresse	16
3. Wohnzeitschriften in der Publikumspresse	19
3.1 Verlage der Publikumspresse	20
3.2 Systematik und Inhaltsdimensionen	22
3.3 Das Sortiment heute	25
3.4 Portraits der Zeitschriften	33
3.5 Kennzahlen des Segments Wohnzeitschriften	63

Inhalt

4. Die Entwicklung der Inhaltsgruppe Wohnzeitschriften	73
4.1 Die Anfänge als Themenfeld in anderen Inhaltsgruppen	74
4.2 Die Herausbildung der Inhaltsgruppe „Wohnen“	76
4.3 Differenzierung und Fragmentierung	78
4.4 Dehnungen	80
4.5 Internationalisierung	82
5. Kennzahlen als Zeitreihen	85
5.1 Titelzahlen: Markteintritte und –austritte	88
5.2 Verkaufsauflagen nach IVW	89
5.3 Copypreise	90
5.4 Anzeigen	91
5.5 Reichweiten	93

Inhalt

6. Onlineangebote und Onlinemedien	95
6.1 Das Internet als Plattform	96
6.2 Onlineangebote der Einrichtungsbranche	98
6.3 Onlinepublizistik der Wohnzeitschriften-Verlage	101
6.4 Andere Onlinepublizistik	106

Inhalt

Verzeichnis der Tabellen und Diagramme

Wohnzeitschriften der Publikumspresse tabellarisch	31 f.
Erscheinungsweise und Preisgruppen	64
Durchschnittsauflagen je Segment	66
Jahresstückzahlen nach Preisgruppen	67
Jahresstückzahlen nach Inhalts-Segmenten	69
Reichweiten und Leserschaften nach MA 2008 Pressemedien I	70
Reichweiten und Leserschaften nach AWA 2008	71
Lesezirkelauflagen nach IVW III/2008	72
Titelzahlen: Markteintritte und –austritte 1950 bis 2008	88
IVW-Verkaufsauflagen 1975-2008	89
Copypreise 1981-2008	90
Anzeigenumfänge nach der VDZ-Anzeigenstatistik 1984 bis 2007	91
Brutto-Anzeigenvolumen nach Nielsen Media Research 1984 bis 2007	92
Reichweiten nach MA (% der Gesamtbevölkerung) 1993 bis 2008	93
Reichweiten nach AWA (% der Gesamtbevölkerung) 2003 bis 2008	94

2.2 Kunden-, Kontakt- und Mitgliedschaftspresse

Die Möbelbranche informiert ihre Kunden ganz überwiegend über Prospekte. Die großen Handelshäuser wählen den Weg über wöchentliche Beilagen zu Anzeigenblättern, in denen Produkte und Preise in oftmals „sensationeller“ Aufmachung dargestellt werden. In den Möbelhäusern werden Prospekte zu einzelnen Marken und Serien für die Endkunden bereitgehalten.

Kundenzeitschriften sind in der Möbelbranche hingegen eher die Ausnahme. Selbst für große und weiter verbreitete Markenfabrikate wie Rolf Benz oder Interlübke rentieren sich eigenständige Kundenmagazine nicht. Große Verbundgruppen des Handels bieten ihren Endkunden jährlich ihre „Wohnbücher“ zum Kauf an:



daheim zuhause. Ihr persönlicher Einrichtungs-Berater

Hrsg. v. GARANT-MÖBEL-Holding AG. Erscheint jährlich, 5 EUR.

„Auf den folgenden Seiten finden Sie jede Menge Anregungen zur Verwirklichung Ihres ureigenen Wohnraum-Traums. Entdecken Sie die wohnliche Welt von Garant-Möbel.“



Musterring Wohnbuch.

Hrsg. v. Musterring International Josef Höner GmbH & Co. KG. Erscheint jährlich, 5 EUR.

„Überzeugen Sie sich im neuen Wohnbuch 2009 von der Vielfalt der Musterring Kollektion. Hier finden Sie sicherlich auch Produkte, die Ihren ganz persönlichen Geschmack treffen“.

(Fortsetzung in der Studie)



Titel 20 Private Wohnträume

Untertitel Persönliche Wohnreportagen,
Einrichtungsideen, Trends
Verlag IPM Magazin Verlag GmbH
Gründung Juni 2000
erscheint 2-monatlich
Umfang >100 S.
Preis 5,00 €
Umschlag hochwertig
Papier hochwertig



Verbr. Auflage III/2008	23.795	IVW
Vollabo/EV	21.991	IVW
Anzeigen	5 %	
Konsumschau	7 %	
red. Gestaltungsideen	1 %	
Wohnreportagen	66 %	
andere Themenberichte	4 %	
Hotelporraits	4 %	
praktische Anleitungen	1 %	

Wohnstil

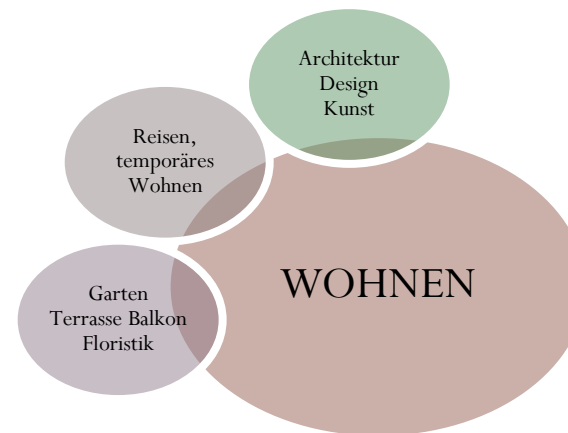
- nicht festgelegt
 festgelegt, und zwar

traditionsbezogen	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	modern
verspielt	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	funktional
opulent	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	puristisch
regionenspezifisch	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	international

Alltagsnähe

Problemlösungen, Ideen	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Visionen
Do it yourself	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	Architekten, Designer
realisierbar für Viele	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	realisierbar für Wenige

Wohnreportagen



3.5 Kennzahlen des Segments Wohnzeitschriften

Der Markt der Wohnzeitschriften kann auf verschiedene Weise systematisiert werden: Nach dem thematischen Schwerpunkt, nach der Preiskategorie der Hefte, nach der Erscheinungshäufigkeit, nach demografischen Merkmalen der Leserschaften, nach erzielten Auflagen und Reichweiten oder auch nach den Vertriebswegen.

In diesem Kapitel steht die aktuelle Strukturierung des Segmentes im Mittelpunkt, während das Kapitel 5 den Verlauf der Entwicklung der Wohnzeitschriften in langjährigen Zeitreihen darstellt.

Die Zahlen sind auf verschiedene Quellen zurückzuführen, darunter insbesondere Verlagsangaben, die WIP-Pressedatenbank und Daten der IVW.

Es gibt weder wöchentliche noch vierzehntägliche Wohnzeitschriften. Die meisten Titel erscheinen monatlich oder zweimonatlich. Auch den Rhythmus 8- oder 9mal jährlich gibt es und zudem vierteljährliche Hefte.

In dieser Inhaltgruppe können drei Preisgruppen identifiziert werden:

- Die untere Gruppe mit Copypreisen von 1,80 bis 3,20 EUR.
- Die mittlere Gruppe mit Preisen zwischen 3,50 EUR und 5 EUR.
- Und das obere Preissegment mit Einzelverkaufspreisen zwischen 6 und 8 EUR.

(Fortsetzung in der Studie)

Erscheinungsweise und Preisgruppen der Wohnzeitschriften

€	niedrig	mittel	hoch	Summe
monatlich	1,80 € – 3,20 € 4 Titel	3,50 – 4,00 € 3 Titel	6 € 1 Titel	8 Titel
8-9 x jährlich	1,95 € – 2,90 € 2 Titel	4,60 € 1 Titel		3 Titel
2-monatlich	1,50 € 1 Titel	3,95 € – 5,00 € 7 Titel	6 € – 7,50 € 5 Titel	13 Titel
4-5 x jährlich	1,95 € 1 Titel	5 € 2 Titel	6,50 € – 8 € 2 Titel	5 Titel
Summe	8 Titel	13 Titel	8 Titel	29 Titel

4.2 Die Herausbildung der Inhaltsgruppe „Wohnen“

Die Geschichte der eigenständigen Wohnzeitschriften begann in Deutschland erst nach dem Zweiten Weltkrieg, als die junge Republik die Mangeljahre überwunden hatte und sich durch das „Wirtschaftswunder“ eine kaufkräftige bürgerliche Mittelschicht bildete.



Einer der ersten Titel war die 1951 in Hamburg gegründete *Haus und Heim. Zeitschrift für Hauswirtschaft und Heimgestaltung*. Das monatliche Blatt erschien bis 1983.

1953 gab das Stuttgarter WK Institut für Wohnkultur vierteljährlich *Besser Wohnen WK-Journal für Wohnkultur* heraus. Auch mehrere Sozialwerke des Wohnungsbaus waren anfangs beteiligt. Der Titel wurde weitgehend als Kundenzeitschrift verbreitet und bestand bis 1984.



1956 erschien in der DDR erstmals *Kultur im Heim*, zweimonatlich herausgegeben im Berliner Verlag „Die Wirtschaft“. 1990 übernahm Gruner + Jahr das Blatt unter dem neuen Titel *Neues Wohnen* mit nun monatlichem Erscheinen. Im Frühjahr 2004 wurde die Zeitschrift eingestellt.

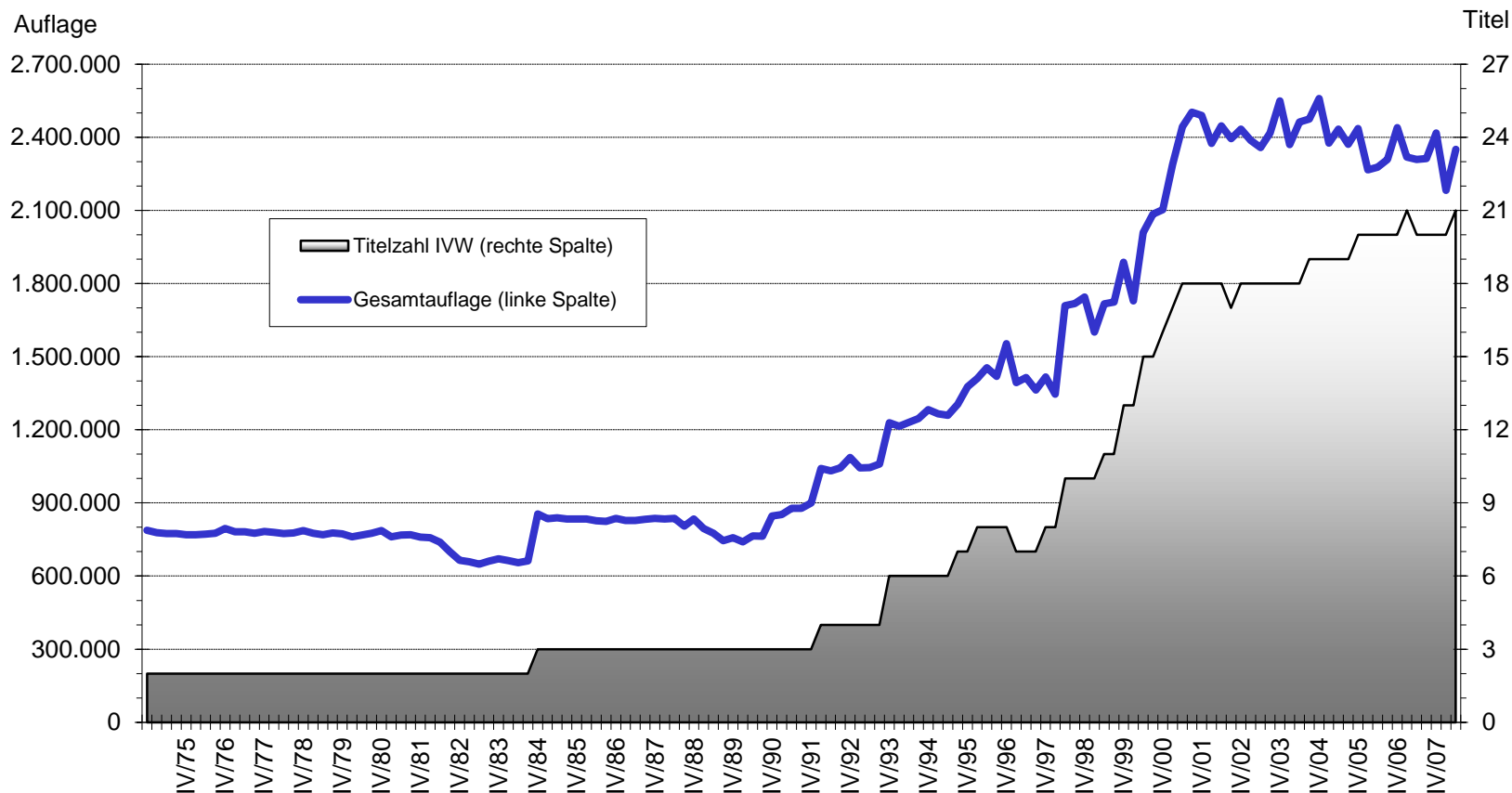
Bis heute überdauert hat hingegen die Zeitschrift *Schöner Wohnen*. Er ist seit 1960 ein eigenständiges periodisches Presseerzeugnis und erscheint seit der Mitte der 60er Jahre im Verlag Gruner + Jahr. Die Zeitschrift ist seit Jahrzehnten der Marktführer des gesamten Segments.

Erst sieben Jahre später, 1967, lag ein weiterer neue Titel im Pressehandel vor: *Zuhause Wohnen* aus dem Jahreszeiten-Verlag erscheint somit bereits seit über 30 Jahren.

(Fortsetzung in der Studie)

5.2 Verkaufsauflagen 1975 bis 2008

Der IVW wurden maximal 21 Titel gemeldet. Die verkaufte Gesamtauflage lag mit 2,56 Mio. Exemplaren im I. Quartal 2005 schon einmal etwas höher als heute (2,35 Mio. VkEx. im III. Quartal 2008).



Wohnen und
Wohnzeitschriften

Fachpresse und
sonstige Presse

Publikumspresse
Übersicht heute

Publikumspresse
Entwicklung

Publikumspresse
Zeitreihen-Daten

Publizistische
Onlineangebote

Bestellschein

An:

FAX-NR.: 02203-695238

wip@presseforschung.de

Wissenschaftliches Institut für Presseforschung
und Medienberatung GbR
Essener Str. 28
D-51145 Köln

Hiermit bestellen wir die vollständige Studie
“Wohnzeitschriften. Daten, Fakten und Entwicklung”
gegen Rechnung

als PDF-Datei zum Preis von 40 EUR zzgl. 7 % USt.

Name _____

Firma _____

Zustelladresse _____

Ort, Datum

Unterschrift

