

28.09.2001 - 09:18 Uhr

## **Anzeigenpreise der G+J-Zeitschriften Inland für 2002 veröffentlicht / Dr. Friedrich Wehrle: "Gruner + Jahr führt weiterhin die Strategie der Preisstabilität und der Preisvernunft fort"**

*Hamburg (ots) -*

Die Anzeigenpreise der G+J-Zeitschriften im Inland für 2002 wurden mit insgesamt moderaten bzw. leistungsbezogenen Veränderungen veröffentlicht. Dr. Friedrich Wehrle, Leiter G+J-Fachbereich Anzeigen: "Wir führen trotz des ungünstigen Werbeklimas die bewährte Strategie der Preisstabilität und der Preisvernunft fort." Die Anzeigenpreise aller G+J-Zeitschriften werden auch für 2002 in erster Linie wieder von den Leistungen der einzelnen Titel und ihrer Position in den jeweiligen Marktsegmenten bestimmt. Aber auch die gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen und branchenbezogenen Aspekte wurden dabei berücksichtigt. Im Durchschnitt aller G+J-Titel ergibt sich für die 4-Farb-Grundpreise - wie im Vorjahr - eine Preiserhöhung um 1 Prozent. Die schwarz-weiss-Preise nähern sich dabei bei einigen Titeln weiter an die 4c-Preise an. Der Farbpreis bekommt - entsprechend der Realität von Technik und Buchungsverhalten in der gesamten Verlagsbranche - immer mehr die Funktion des Grundpreises.

Bei den G+J Anzeigenpreisen 2002 zeigt sich konjunkturbedingt ein differenziertes Bild. Aufgrund positiver Reichweiten- und Auflagenzuwächse werden bei GALA (+5,9%), BRIGITTE YOUNG MISS (+5,3%) und LIVING AT HOME (+16,7%) die Preise leistungsgerecht angehoben. Angesichts veränderter Rahmenbedingungen in den jeweiligen Zeitschriftensegmenten werden für CAPITAL (-7,0%), BÖRSE ONLINE (-11,0%), FRAU IM SPIEGEL (-5,3%) und TV TODAY (-5,1%) die Anzeigenpreise marktgerecht angepasst. Bei der Mehrzahl der G+J-Zeitschriften ergibt sich eine weitgehende Preiskonstanz und -Stabilität.

G+J konnte trotz konjunktureller Turbulenzen im Werbemarkt seine Position an der Spitze der PZ-Grossverlage unangefochten halten.

Mit seinem Portfolio bietet Gruner + Jahr attraktive und leistungsfähige Werbeträger von hoher Qualität zu marktgerechten Preisen an, um damit optimale Voraussetzungen für erfolgreiche Mediastrategien zu schaffen. Dabei betont Wehrle, dass G+J "wie auch bisher zu den Grundsätzen des Anzeigengeschäfts, zu Transparenz, Preislistenreue und zum Festpreissystem steht, um auf Basis dieser Grundsätze die Sicherheit in der Mediaplanung für Kunden und Agenturen zu gewährleisten".

Kontakt:

Dörthe Hasken  
Leitung Projektmanagement  
G+J-Fachbereich Anzeigen  
Tel. +49 40 3703 2907  
Fax +49 40 3703 5601  
Mail [hasken.doerthe@guj.de](mailto:hasken.doerthe@guj.de)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001289/100010902> abgerufen werden.