



© ARANTZESIGN - ADORSTOCK

12

TOP 100

Die große 5-Jahres-Wertung

Der Markt für Print-Zeitschriften befindet sich seit Jahren im Rückgang – verstärkt durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie. Doch wie entwickeln sich die umsatzstärksten Titel wirklich? DNV hat die Vertriebsumsätze von rund 170 Magazinen über fünf Jahre hinweg analysiert

SCHWERPUNKT

Highlights

- 12** **Top 100: Die große 5-Jahres-Wertung**
Entwicklung der Top-Seller im Zeitschriftenmarkt im 5-Jahres-Vergleich
- 22** **Der Kampf um Sichtbarkeit**
Wie können Verlage ihre Position im KI-Zeitalter sichern?
- 24** **Wie denkt die Branche über das Sichtbarkeitsproblem?**
Eine Umfrage und Verlagsentscheidern
- 44** **Zwischen TikTok und Tageszeitung**
Über die große Herausforderung, junge Zielgruppen zu erreichen
- 46** **How to: Junge Zielgruppen wirklich erreichen**
- 52** **„Die Medienwelt wird nicht wieder so sein wie früher“**
Interview mit Thorsten Merkle, Geschäftsführer der Initiative junge Leser

BRIEFING

- 6** **Das sind die FUTURUM-Preisträger 2025**
- 8** **D-Force-One betreut künftig auch Zeitschriften von Axel Springer**
- 10** **Feierliche Anlässe bei der Süddeutschen Zeitung**

...und weitere News aus der Branche

MARKTANALYSE

- 12** **Top 100: Die große 5-Jahres-Wertung**

CONTENT

- 20** **Strategische Weichenstellung**
Der Spiegel stärkt seine Marktposition mit EVT-Wechsel und Relaunch

DISTRIBUTION

- 22** **Der Kampf um Sichtbarkeit**
Wie können Verlage ihre Position im KI-Zeitalter sichern?

22/24

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Wie KI die Sichtbarkeit von Medienmarken verändert

KI verändert die Informationssuche – mit Folgen für die Reichweite und Sichtbarkeit von Medienmarken. Eine Umfrage unter KI-Entscheidern von Rheinische Post, Funke und Süddeutscher Zeitung zeigt, wie Medienhäuser damit umgehen

© RHEINISCHE POST MEDIENGRUPPE



© FUNKE



© NIKAS KELLER

*o.li.: Theresa Futh, RP Digital;
o.re.: Christine Fettich, Süddeutsche Zeitung;
u.li.: Paul Elvers, Funke Mediengruppe*



- 24** **Wie denkt die Branche über das Sichtbarkeitsproblem?**
Wie groß ist das Risiko durch KI für Publisher? Eine aktuelle Umfrage zeigt erste Auswirkungen – und mögliche Wege in eine sichtbare Zukunft
- 28** **„Wir wachsen weiter“**
Sharemagazines nimmt den Zeitungsmarkt ins Visier – ein Interview mit Mitgründer Jan van Ahrens und Content-Director Götz Spielhagen über Strategie, Wachstum und nächste Schritte
- 32** **DSB bringt Agentic AI in die Verlagsbranche**
Wie DSB mit neuen Anwendungen auf Basis von KI Vertriebsprozesse neu denkt

STRATEGIE

- 34** **Worauf es bei Transformation wirklich ankommt**
Ein Gastbeitrag von Thomas Breyer-Mayländer, Professor für Medienmanagement an der Hochschule Offenburg
- 40** **Regionalverlag denkt Transformation neu**
Was Transformation von Führung und Mindset verlangt und mit welchen Prinzipien sie erfolgreich wird, erklärt Mareike Woll von der VRM

- 42** **Was plant Myriam Karsch mit dem neuen Verlag?**
Fünf Deals in 18 Monaten: Five Monkeys Media will sich mit einer Kombination aus Vertrieb, Test- und Siegelgeschäft sowie datenbasierten Services im Markt behaupten. Interview mit Myriam Karsch
- 44** **Zwischen TikTok und Tageszeitung**
Über die große Herausforderung, junge Zielgruppen zu erreichen – und wie es funktionieren kann
- 46** **How to: Junge Zielgruppen wirklich erreichen**
Zehn Strategien, wie Verlage junge Zielgruppen für sich gewinnen
- 52** **„Die Medienwelt wird nicht wieder so sein wie früher“**
Gespräch mit Thorsten Merkle, Geschäftsführer der Initiative junge Leser

KARRIERE

- 60** **Personalien**

VERBANDSRUBRIKEN

- 64** **Bahnhofsbuchhandel**
- 66** **Service / Tagungen / Messen / Impressum**

COVER: © RAFAELA - ADORSTOCK