

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/20126/1503026/nach-mediahouse-uebernahme-in-muenchen-oz-verlag-will-marktfuehrer-bei-den-jugendzeitschriften> abgerufen werden.

journalist

Nach Mediahouse-Übernahme in München: OZ-Verlag will Marktführer bei den Jugendzeitschriften werden

30.10.2009 - 14:22 Uhr, Journalist

Remagen (ots) - Gut ein Vierteljahr nach Übernahme der Springer-Zeitschriften Popcorn, Jolie und Mädchen gibt der badische OZ-Verlag bekannt, wie es im einstigen Münchner Mediahouse weitergehen soll. "In den Segmenten, in denen wir verlegerisch tätig werden, haben wir stets ein klares Ziel vor Augen: die Marktführerschaft", sagte Verleger Christian Medweth dem Medienmagazin journalist. Um diese ehrgeizige Vorgabe zu erreichen, will der OZ-Verlag vor allem die Marken ausbauen. Gernot Körner, Geschäftsführer der neuen Sparte Vision Media, setzt auf Themenhefte, Sonderausgaben und Spin-offs der jungen Titel. Noch in diesem Jahr soll das Jugendportal starflash.de ans Netz gehen. Popcorn, Mädchen und Jolie werden Ableger bekommen. "Springer hat da in den vergangenen Jahren wenig gemacht", so Körner gegenüber dem journalist.

Der OZ-Verlag hatte Mitte Juli weite Teile des Axel Springer Mediahouse in München übernommen, neben den Zeitschriften auch Internetdomains und Archive. Damit erweiterte der auflagenstärkste Anbieter im Handarbeits- und Bastelsektor sein Portfolio um die Zielgruppe der Teenager und jungen Frauen. Bereits in den vergangenen Jahren hatte der Verlag aus dem badischen Rheinfeldern sein Angebot durch Zukäufe ergänzt. So kam 2004 die Freiburger Family Media GmbH dazu - mit Familienzeitschriften wie Baby und Co, Spielen und Lernen sowie Familie und Co. "Wenn unsere Leser zwölf Jahre alt geworden sind, hatte unsere Aboabteilung bisher nichts mehr anzubieten", sagt Körner. Mit dem Erwerb der Springer-Titel reihen sich nun die Altersabschnitte der Zielgruppen nahtlos aneinander.

Die knapp 100-köpfige Belegschaft am ehemaligen Münchner Springer-Standort hofft auf eine stabile Zukunft. In den Monaten vor der Übernahme waren rund 30 Stellen im Mediahouse abgebaut worden. Titel wie die Bravo-Konkurrenz Yam und das Monatsmagazin Starflash wurden eingestellt. Auch der Betriebsübergang verursachte Unruhe. Unter anderem wurden die Mitarbeiter darauf hingewiesen, dass der neue Besitzer für vier Jahre keinen Gesamtsozialplan vorlegen müsse, sollte der Kauf doch zu einem Fiasko werden. Laut Vision-Media-Chef Körner müssen sich die Mitarbeiter keine Sorgen machen: "Die Zeichen stehen auf Wachstum." Man habe bewusst rund 800 Quadratmeter Bürofläche mehr angemietet, als man in der ersten Phase brauche.

Den kompletten Artikel lesen Sie in der Novemberausgabe des Medienmagazins journalist. Diese Vorabinformation ist mit Quellenangabe zur Veröffentlichung frei.

@@infblk@@

Pressekontakt:
Pressekontakt:
journalist - Das deutsche Medienmagazin
Anna von Garmissen / Matthias Daniel
Chefredaktion
Telefon: +49(0) 228 20172-24
Fax: +49(0) 228 20172-33
journalist@journalist.de

Originaltext:

Journalist

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/20126/journalist>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_20126.rss2