

Fokussierung

Gut aufbereitete Brancheninformationen bieten den Lesern von Fachzeitschriften eine gute Möglichkeit, den Markt besser im Blick zu behalten.

Fachzeitschriften

Rang	Medium	Umsatz 2016	Umsatz 2015**	Veränderung in Prozent
1	medianet	7.000.000	7.000.000	–
2	ExtraDienst*	k.A.	k.A.	k.A.
3	Rolling Pin Media	5.411.962	4.620.776	+17,1
4	Regal*	4.100.000	3.952.509	+3,7
5	New Business*	3.900.000	3.728.323	+4,6
6	Horizont***	k.A.	k.A.	k.A.
7	Industriemagazin Verlag*	2.500.000	1.962.923	+27,4
8	FaktuM***	k.A.	k.A.	k.A.
9	Cash***	k.A.	k.A.	k.A.
10	Auto & Wirtschaft*	2.100.000	2.046.017	+2,6
11	Computerwelt*	2.000.000	1.698.741	+17,7
12	Apotheker Krone*	2.000.000	1.974.282	+1,3
13	O. G. Z*	1.650.000	1.734.552	–4,9
14	Kommunal*	1.600.000	1.817.444	–12,0
15	OÄZ Österreichische Apotheker Zeitung***	k.A.	k.A.	k.A.
16	FM Fachmagazin*	1.550.000	1.519.704	+2,0
17	Der Österreichische Installateur*	1.500.000	1.468.470	+2,1
18	Österreichische Ärztezeitung***	k.A.	k.A.	k.A.
19	Arztmagazin*	1.300.000	1.405.351	–7,5
20	Baublatt Österreich*	1.300.000	1.222.124	+6,4
21	Hotel & Touristik***	k.A.	k.A.	k.A.
22	Österreichische Verkehrszeitung*	1.250.000	1.339.589	–6,7
23	Gebäude Installation*	1.250.000	1.250.125	0,0
24	Gastro*	1.200.000	1.216.913	–1,4
25	Österreichische Bau-Zeitung*	1.200.000	1.214.865	–1,2

Zahlen in Euro. Firmennamen ohne Stern* sind Unternehmenseigenangaben, Nennungen mit Stern* sind Schätzungen von medianet, basierend auf dem aktuellsten Firmenbucheintrag, Vorjahresdaten, Interviews mit Unternehmen und Marktteilnehmern. ** Quelle Focus Marketing Research; Von medianet ohne Bearbeitung und Gewähr veröffentlicht; *** Reihung durch medianet.



Sabine Bretschneider
Chefredakteurin, Leiterin
Redaktionsteam, medianet

„Das vergangene Jahr war in der ‚medianet‘ Verlag AG geprägt von der Umstellung auf das Kleinformat, von vielen neuen digitalen Dienstleistungen im **xpert.network** und dem Launch des **medianet.bizbook**. Mit diesen Aktivitäten haben wir in Zeiten großen ökonomischen Veränderungsdrucks – Stichworte: Disruption und Digitalisierung – für das Printprodukt **medianet** – Wirtschaftszeitung für Marketing & Sales ein solides Fundament für die Zukunft gelegt.“



Jürgen Pichler
Founder & CEO, Rolling Pin

„Print ist nicht tot, im Gegenteil. Es ist ja relativ einfach. Du musst nur spitz positioniert sein, den Lesern ein inhaltlich und optisch gut gemachtes Magazin bieten, das sie berührt, sowie einen echten Nutzen. Mit dieser einfachen Formel und viel Herzblut haben wir es 2016 geschafft, unseren Leistungsumsatz gegenüber 2015 um 17 Prozent zu erhöhen. Und 2017 liegen wir bereits wieder über Plan.“



Florian Zangerl
Geschäftsführer
Industriemagazin

„Wir verkaufen nicht Werbefläche, sondern Aufmerksamkeit in einer Zielgruppe. Damit genug Aufmerksamkeit da ist, legen wir uns inhaltlich ordentlich ins Zeug – egal ob für Online, Print oder bei unseren Veranstaltungen. Wenn unsere Leser und Besucher glücklich sind, sind es auch unsere Kunden. Und uns macht die Sache richtig Spaß.“



Stefan Binder
Marketingleiter
Auto & Wirtschaft Verlag

„Mit *Auto & Wirtschaft* sind wir nicht nur der Werbe-, sondern vor allem der Meinungs- und Informationsführer der Kfz-Branche. In unseren Fachmedien macht unabhängige, hochqualitative Berichterstattung den Unterschied beim Leser und Inserenten. Wir sprechen konsequent die Probleme der Branche an und suchen Lösungen. Der Erfolg mit dem größten Kompetenzteam der Branche bestätigt unseren Weg.“