

# HAUSMITTEILUNG

Datum: 28. Mai 1973

Betr.: SPIEGEL

Die Redaktion des SPIEGEL hätte seit Jahren eine Standardgeschichte fast unverändert an die zwanzigmal veröffentlichten können, ergänzt jeweils nur um eine neue Zeile und ein neues Bild. Der Inhalt dieser Geschichte: Wieder einmal ist ein Versuch gescheitert, dem deutschen Nachrichten-Magazin DER SPIEGEL Konkurrenz zu machen.



SPIEGEL 18/1968, Dialog 10/1972

Diesmal ist, ohne jede Schadenfreude, zu konstatieren, dass die Zeitschrift „Dialog“ vom Hause Axel Springer eingestellt wird. „Dialog“, ursprünglich fest in der Hand des Wirtschaftsrates der CDU, war von Springer übernommen und zielstrebig zu einem politischen Magazin umgebildet

worden, das sich von seinen Lesern (und wohl nicht nur von denen) gerne als Anti-SPIEGEL apostrophieren liess. Dass der „Dialog“ nun den Weg aller SPIEGEL-Kopien gehen muss, ist ein Zeichen für die Härte des Marktes; auch ein Haus wie Springers, das niemand für arm halten wird, resigniert vor den enorm gestiegenen Kosten für Redaktion, Produktion und Absatz eines solchen Magazins.

Und wie steht es mit dem Original, dem SPIEGEL? Der „Zürcher Wirtschaftsbrief“ aus Küsnacht weiss es: Es steht ganz mies. „Das Anzeigenaufkommen ist rückläufig“, meldete er neulich, „die Stammleserschaft schrumpft . . . von einzelnen Ausgaben wurden im Inland kaum mehr als 400 000 Exemplare verkauft – Garantie-Auflage: 800 000.“

Dies alles ist blanker Unfug oder schieres Wunschdenken. Bis zu dieser Ausgabe sind sechs Prozent mehr Anzeigenseiten veröffentlicht worden als zum vergleichbaren Zeitpunkt im Jahr zuvor. Noch nie in den sechszwanzig Jahren seiner Existenz hat der SPIEGEL eine so grosse Leserschaft erreicht wie nach den Daten der jüngsten Mediaanalyse (5,89 Millionen). Die von einer neutralen Institution (IVW) geprüften Zahlen für das erste Quartal 1973 nennen pro Ausgabe

Druckauflage	1 037 961 Exemplare
verkaufte Auflage	875 011 Exemplare
tatsächlich verbreitete Auflage	887 975 Exemplare.

Inlands-Anteil am Verkauf, je nach Saison, zwischen 85 und 90 Prozent. Und die Garantie-Auflage, die Anzeigenkunden interessiert, ist nicht, wie die Leute aus Küsnacht wännen, 800 000, sondern 840 000 Exemplare.

Die Mitglieder des „Bundes deutscher Werbeberater“ beteiligten sich auf ihrer Jahresversammlung an einer Umfrage, welche Zeitschriften es mit grosser Sicherheit 1985 noch geben werde; Kriterien ihrer Entscheidung waren Auflagenentwicklung, Entwicklung des Anzeigengeschäfts und Qualität des Managements. Unter 79 Zeitschriften landete der SPIEGEL auf dem zweiten Platz, hinter „Hörzu“ aus dem Hause Springer, das den „Dialog“ einstellte.

DER SPIEGEL, Nr. 22/1973



## HOEHL. Geschätzt seit Kaisers Zeiten.

