

B2B-Publikationen Künstlermagazin 'showcases' wandert an den Kiosk



Corporate Publishing-Magazin 'showcases' kommt in den Handel

memo-media mit Sitz im bergischen Waldbröl startete das Magazin 'showcases' vor einem knappen Jahr als Kundenzeitschrift für die Künstler- und Kulturbranche. Mit der vier-

ten Ausgabe kommt der Titel, der von einem 5-köpfigen Team betreut wird, nun auf den Publikumsmarkt. Bislang wurde 'showcases' über die Website sowie über Direktversand an die Kundendatei von memo-media vertrieben. Mit dem Gang an den Kiosk erhöht sich die Auflage von 8.000 auf 10.000 Exemplare. Viermal im Jahr soll das Heft ab sofort erscheinen und im Handel für 6,50 Euro erhältlich sein. Neben den Vertriebslösungen setzt 'showcases' vor allem auf das Anzeigengeschäft. Die Werbekun-

den kommen dabei zum Großteil aus den Bereichen Eventmarketing, Getränkeindustrie, Künstler und Technikanbieter. Beim diesjährigen BCP-Award ('Best of Corporate Publishing') belegte 'showcases' zudem den zweiten Platz in der Kategorie 'Kultur'.

Das Magazin beinhaltet neben Künstlerporträts auch Berichte über aktuelle Kulturveranstaltungen sowie Fachmessen und stellt beispielsweise Erlebnis-events zur Mitarbeitermotivation vor. 'showcases' richtet sich vornehmlich an Marketingstrategen und PR-Manager, die Anregungen zum Thema Kulturereignisse suchen.

Neben dem Künstlermagazin bringt memo-media das gleichnamige Handbuch für Event-, Medien-, Messe- und Marketingorganisation heraus. Seit 2001 erscheint das Nachschlagewerk einmal pro Jahr. Das Planungstool für Eventmanager, Marketing-Entscheider und Veranstalter bietet auf 240 Seiten ein Adressenverzeichnis und zeigt aktuelle Entwicklungen auf. Außerdem ist unter www.memo-media.de ein Branchenverzeichnis für das Veranstaltungsmanagement abrufbar, in dem rund 21.000 Anbieter gelistet sind. Geschäftsführerin von memo-media ist **Kerstin Meisner**. (mm)

TV-Markt

Axel Springer hätte Interesse an Sat.1

Die Axel Springer AG hält nach den Worten ihres Vorstandschefs **Mathias Döpfner** in den kommenden Jahren einen deutlichen Ausbau des Online-Geschäfts für möglich. "Ich kann mir aber vorstellen, dass unser Haus in etwa zehn Jahren die Hälfte von Umsatz und Gewinn online erwirtschaftet", sagte er gegenüber der FAZ. Heute liege der Online-Anteil am Gesamtumsatz bei knapp zehn Prozent. Bei Sport-Inhalten, Online-Stellenanzeigen und in einigen regionalen Märkten sei Springer nicht stark genug, sagte der Firmen-

chef. "Das werden wir durch Akquisitionen oder Eigengründungen ändern." Zu Spekulationen über einen Verkauf des TV-Senders **Sat.1** sagte Döpfner, er sehe dieses Szenario derzeit nicht, und fügte hinzu: "Wenn Sat.1 zum Verkauf stünde, wären wir geradezu verpflichtet, uns den Sender noch einmal genau anzuschauen." Zuvor hatte sich schon Premiere als potenzieller Käufer für Sat.1 ins Spiel gebracht. Die Eigner der Fernsehgruppe ProSiebenSat.1, KKR und Permira, hatten eine Veräußerungsabsicht allerdings dementiert.

SHORTCUTS

Die Tele München Gruppe (TMG)

sicherte sich während der diesjährigen L.A.-Screenings die deutschsprachigen Rechte an sieben US-Serien im Rahmen eines mehrjährigen Outputdeals mit **Media Rights Capital (MRC)** und **ShineReveille International**. Das Paket beinhaltet folgende Formate: 'Easy Money', 'F.A.T. City', 'Outnumbered', 'I.M. Valentine', 'The Goode Family', 'Rita Rocks', 'The Life & Times of Tim' und 'Krod Mandoon'. Sämtliche Serien stammen von der US-amerikanischen Independent Produktionsunternehmen Shine Gruppe. ShineReveille International vertreibt deren Programme in mehr als 150 Ländern.

Der Axel Springer Verlag

bringt am heutigen Montag (7. Juli) die zweite Ausgabe von '**Humanglobaler Zufall**' auf den Markt. Der Titel beinhaltet sechs Reportagen und 200 Fotos auf 140 Seiten und ist für 5 Euro im Handel erhältlich. Das Magazin ist der Gewinner des Scoop-Ideenwettbewerbs der **Axel Springer Akademie**. Es erscheint für vier Ausgaben und wird mit einem Betrag von 500.000 Euro gefördert. Markenzeichen von 'Humanglobaler Zufall' ist neben dem sprichwörtlichen roten Faden, der eine Geschichte mit der jeweils nächsten verknüpft, das rote Lesebändchen. Neben dem Magazin berichten die Autoren unter www.humanglobalerzufall.de in einem Blog. Zudem gibt es dort Fotos und Filme von der Entstehung der Ausgabe. Das nächste Heft erscheint am 22. September 2008.

Der zur WAZ Mediengruppe

gehörende **Gong Verlag** verkauft sein Special Interest-Magazin '**Pferde Heute**' an den **Jahr Top Special Verlag**. Das bestätigte ein WAZ-Sprecher auf unsere Anfrage. Das Vorhaben wurde beim Bundeskartellamt zur Prüfung angemeldet. Der Titel richtet sich an Freizeitreiter und Pferdehalter. Im Gong Verlag erscheinen noch weitere Tierzeitschriften. Blätter wie 'Ein Herz für Tiere', 'Geliebte Katze' und 'Partner Hund' seien die meistgelesenen Titel ihres Genres, heißt es beim Unternehmen.