



Neue Macht im Markt

Mit dem Anfang des Jahres gegründeten Deutschen Rätselverlag, Ismaning, ist einer der größten Verlage für Rätselzeitschriften im deutschsprachigen Raum entstanden.

Deutschland ist für sein reichhaltiges und vielfältiges Presse-Angebot bekannt. Das Segment der Rätselzeitschriften bildet da keine Ausnahme. Unter rund 260 Rätselzeitschriften kann der Rate-Freund wählen. Ob Kreuzwort-, Buchstaben-, Zahlen-, Bilder- oder Schweden-Rätsel, ob Piktogramm, Sudoku oder Kakuro – in der Fülle des Angebotes wird jeder Leser fündig.

Die Zahl der Verlage, die sich in diesem Markt tummeln, ist vergleichsweise überschaubar. Wichtige Anbieter

sind der Martin Kelter Verlag, Hamburg, der Burda Senator Verlag, Offenburg, und die Verlagsgruppe Stegenwaller in Essen.

Anfang des Jahres ist ein neuer und gewichtiger Wettbewerber dazugekommen.

Die Deutscher Rätselverlag GmbH & Co. KG, Ismaning, wurde am 1. Januar von der Gong Verlag GmbH & Co. KG, Ismaning, und der Verlagsgruppe Lübbe GmbH & Co. KG, zu der auch der Bastei-Verlag gehört, gegründet.

„Nur ein wachstumsstarkes Titelangebot gewährleistet dauerhaft unsere Wettbewerbsfähigkeit“

Bernd Koophamel, Geschäftsführer des Deutschen Rätselverlages, im Gespräch mit PRESSE REPORT

PRESSE REPORT: Herr Koophamel, seit 1. Januar dieses Jahres bündelt der Deutsche Rätselverlag mit Sitz in Ismaning bei München die Rätselzeitschriften, die zuvor beim Gong-Verlag in Ismaning bzw. beim Bastei-Verlag in Bergisch Gladbach erschienen, unter einem Dach. Was waren die Gründe für diesen Zusammenschluss? Welche Ziele verfolgen Sie?

Bernd Koophamel: Die Deutscher Rätselverlag GmbH & Co. KG ist ein rechtlich und wirtschaftlich unabhängiges Unternehmen, dessen Anteile zu 51 Prozent beim Gong-Verlag und zu 49 Prozent bei Bastei-Lübbe liegen. Die Gesellschafter haben in den Deutschen Rätselverlag ihre Rätselzeitschriften eingebracht: Gong steuerte 14 Titel bei, Bastei ungefähr 30. Motiv für die Gründung des Unternehmens waren die Ziele, Kosten zu senken



Bernd Koophamel

sowie die künftigen Marktchancen und die Profitabilität der Titel zu verbessern.

PRESSE REPORT: Welche Folgen hat die Gründung des Deutschen Rätselverlages für die einzelnen Titel?

Bernd Koophamel: Unser erklärtes Ziel besteht darin, durch die nun entstandenen Synergien in Produktion und Redaktion alle Titel zu stärken. Gleichwohl sind Veränderungen in der Titelpalette nicht auszuschließen. So haben wir bereits im Januar die Titel FREIZEITRÄTSEL, RÄTSEL-GROBBAND, FEIERABEND RÄTSEL, RÄTSEL-PLUS vom Markt genommen, die in Auflagen von weniger als 10.000 Exemplaren produziert wurden. Ebenfalls im Januar wurde DIE GROBE RÄTSEL-ZEITUNG von 14-täglicher auf monatliche Erscheinungsweise umgestellt.

Auch in Zukunft kann es zu Titeleinstellungen kommen –

es hängt allein von der Wirtschaftlichkeit der fraglichen Rätselzeitschrift ab.

PRESSE REPORT: Werden Sie auch neue Titel auf den Markt bringen?

Bernd Koophamel: Wann immer wir Marktchancen für eine neue Rätselzeitschrift erkennen und ein gutes Konzept haben, werden wir auch einen neuen Titel herausbringen. Am 21. April etwa startete Das SUPER TV RÄTSEL-MAGAZIN. Und für Ende Mai planen wir SUDOKU SPEZIAL. Ich bin der Überzeugung: Nur ein wachstumsstarkes Titelportfolio gewährleistet dauerhaft unsere Wettbewerbsfähigkeit.

PRESSE REPORT: Wie bewerten Sie den Markt der Rätselzeitschriften?

Bernd Koophamel: Gemessen an der Nachfrage der Leser, bilden die Rätselzeitschriften einen vergleichsweise stabilen Markt. Das macht ihn für viele Verlage so attraktiv.

Die Folge: Während wir vor wenigen Jahren noch rund 150 verschiedene Rätselzeitschriften auf dem Markt hatten, sind es heute schätzungsweise über 260.

PRESSE REPORT: Welche Titel gehören zu den Flaggschiffen des Deutschen Rätselverlages?

Bernd Koophamel: Allen voran die GONG RÄTSELKISTE, von der Monat für Monat rund 200.000 Exemplare zum Preis von je 1,45 Euro in den Handel kommen. Von Bastei ist es das SPEZIAL-RÄTSEL, das wöchentlich zum Preis von 1,50 Euro in einer Druckauflage von etwa 180.000 Heften erscheint. Ebenfalls sehr erfolgreich sind das BILD + FUNK SPEZIAL RÄTSEL, das monatlich zum Preis von 1,50 Euro erscheint, der GONG RATEFUCHS, der monatlich neu herauskommt und 1,50 Euro kostet, sowie von Bastei das WORT-SUCHSPIEL, das wöchentlich erscheint und für 1,50 Euro abgegeben wird, und das GLÜCKSRÄTSEL mit monatlicher Erscheinungsweise und einem Verkaufspreis von 1,60 Euro.

PRESSE REPORT: Sie verwenden die Marken Bastei und Gong weiterhin, obwohl die Titel ja nun im Deutschen Rätselverlag erscheinen ...

Bernd Koophamel: Das hat seine Richtigkeit. Denn die Rätselzeitschriften, die von Bastei-Lübbe zu uns kamen, werden weiterhin unter ihrer alten Marke, also Bastei, erscheinen.

Sie sind als Bastei-Titel bestens beim Leser eingeführt, und daran werden wir nicht rühren; schon um Irritationen der Leser zu vermeiden.

Die Rätsel-Titel des Gong-Verlages dagegen gehören fast sämtlich zu einem Mutterobjekt. Das heißt, sie stellen Erweiterungen der Zeitschriften-Marken GONG, BILD + FUNK, DIE AKTUELLE und so weiter dar. Auch diese Markenbindung werden wir beibehalten, weil sie dem Leser Orientierung gibt und damit den Verkauf unterstützt.

Wir werden auch in Zukunft auf die Strategie der Markenerweiterung setzen, wie Sie an unserer jüngsten Neuerscheinung bereits sehen können.

PRESSE REPORT: Rätseln ist ein Hobby, dem vor allem ältere Menschen nachgehen. Profitieren Sie von den derzeit viel diskutierten demografischen Veränderungen, in deren Folge der Anteil älterer Menschen in unserer Gesellschaft rapide zunimmt?

Bernd Koophamel: Dass es immer mehr alte Menschen gibt, ist für den Verkauf unserer Rätselzeitschriften in der Tat von Vorteil. Das Schöne daran: Unsere Rätselzeitschriften helfen, jung zu bleiben. Denn die Beschäftigung mit Rätseln ist das ideale Training für das Gehirn – das belegen sogar wissenschaftliche Studien. Wir helfen also mit unseren Titeln, dass die geistige Fitness der alternden Gesellschaft erhalten bleibt.

PRESSE REPORT: Wie sehen Ihre Umsatzziele für dieses Jahr aus, und welche weiteren unternehmerischen Ziele streben Sie an?

Bernd Koophamel: Mit Prognosen bin ich generell vorsichtig. Doch so viel lässt sich schon jetzt sagen: Wir werden 2006 einen deutlich zweistelligen Millionen-Euro-Umsatz mit dem Deutschen Rätselverlag erzielen. Was die mittelfristige Zielsetzung angeht: Mit der Gründung des Deutschen Rätselverlages sind wir in eine Dimension vorgestoßen, die uns der Marktführerschaft im Rätselsegment sehr nahe bringt. Diese Marktführerschaft zu erringen, zu festigen und dauerhaft auszubauen, betrachte ich als mein unternehmerisches Ziel. Ich bin zuversichtlich, dass wir dieses Ziel bald erreichen können. Denn Rätseln ist eine Freizeitbeschäftigung, die sich in der Vielfalt der Moden und Trends als unverwundlich erwiesen hat. Es wird nie aus der Mode kommen.

(Die Fragen stellte Stefan Golunski)



Seit 21. April neu auf dem Markt: Das SUPER TV RÄTSEL-MAGAZIN, das zweimonatlich zum Preis von 1,60 Euro erscheint.



Die Flaggschiffe des Deutschen Rätselverlages: Verkaufstarke Rätselzeitschriften sorgen für hohe EH-Umsätze