

# Mopo entwickelt Stadtmagazin

**DUMONT** · Die Hamburger Morgenpost plant eine Zeitschrift für saturierte Hanseaten.

Reisen, gutes Essen und teure Uhren – zahlreiche Bundesbürger jenseits der 50 Jahre können sich ein wenig Luxus leisten. Die kaufkräftige Klientel ist deshalb für viele Unternehmen besonders interessant.

Auf diese Kundenschicht hat es jetzt auch **DuMont Media** abgesehen, eine Tochtergesellschaft der zu

**M. DuMont**

**Schauberg** (MDS) gehörenden **Hamburger Morgenpost**. Nach Informationen des Kontakters plant das Hamburger Unternehmen, im nächsten Jahr ein kostenloses Anzeigenmagazin auf den Markt zu bringen.



Als Zielgruppe hatte DuMont Media saturierte Hanseaten jenseits der 50 Jahre im Blick. Angeblich steht bereits auch der Titel der Zeitschrift fest: „Stadtflair“. Zunächst soll das Hochglanzmagazin viermal im Jahr erscheinen. Wird es von den Werbekunden angenommen, könnte sich der Erscheinungstakt erhöhen.

Ein MDS-Sprecher hält sich zu der Produktentwicklung bedeckt: „Bisher gibt es reine Überlegungen zu unterschiedlichen

**Mopo** Das Hamburger Verlagshaus liebäugelt mit einem Stadtmagazin.

Themen, weder Titel noch Erscheinungsweise sind bisher definiert.“

DuMont Media ist die Corporate Publishing-Arm der Hamburger Mopo. Die Gesellschaft produziert Kunden- und Mitarbeitermagazine, aber auch diverse digitale Produkte für verschiedene Firmen.

„Stadtflair“ ist nicht das einzige Stadtmagazin, das derzeit im MDS-Konzern entwickelt wird. Auch der Verlag der **Mitteldeutschen Zeitung** beabsichtigt, derzeit einen kostenlosen Titel zu starten. Er soll sich allerdings vor allem an junge Leute richten. Hintergrund hierfür ist, dass der Verlag sein Monatsmagazin **Zachow** aus wirtschaftlichen Gründen einstellt (Kontakter 50/2014). So waren immer weniger Werbekunden bereit, Anzeigen in dem Titel zu schalten. *gl*

## Ex-FTD-Journalist startet digitales Anlegerblatt

**BOERSIANER** · Kostenlos für Nutzer, weil werbefinanziert: Der Finanz-Journalist Ulrich Hanke launcht ein neues Digitalprodukt.

Jahrelang schrieb **Ulrich Hanke** für die **Wirtschaftswoche**, knapp einen Monat vor dem Aus wechselte er noch zur **Financial Times Deutschland**. Jetzt hat sich der 37-Jährige mit dem digitalen, kostenlosen Anlegermagazin **boersianer.info** selbstständig gemacht. Das Magazin erscheint jeden Samstag, alle vier Wochen wird mit einem Special ein Schwerpunktthema aufgegriffen. Zielgruppe des Webprodukts seien finanzaffine Menschen, Privatanleger und auch Vermögensberater. „Aufgrund der digitalen Form ist das Zielpublikum ein etwas jüngeres als dies bei den bekannten Printmedien der Fall ist“, sagt der Chefredakteur.

**Digitalmagazin** Ulrich Hanke macht sich mit dem Boersianer selbstständig.

Für Nutzer ist das E-Paper kostenlos. Finanzieren will sich der Titel über Werbung. „Die Anzeigen im Magazin genießen eine hohe Aufmerksamkeit und ermöglichen auch eine direkte Verlinkung zur Webseite des Werbekunden“, betont Hanke.

Vermarktet werden soll das Digitalmagazin über Social-Media-Kanäle sowie klassische Online-Werbung und Anlegermessen. Paid Content sei nicht vorgesehen, so Hanke.

Geplant ist, dass die Zeitschrift bereits in einem Jahr schwarze Zahlen schreibt. Dies sei aber von der Entwicklung der Leserzahlen abhängig, betont der Herausgeber.

Derzeit profitiert die Zeitschrift sehr von der gegenwärtigen Börsenentwicklung. „Das Interesse an Börseninformationen und Aktien ist bei steigenden Märkten am größten, wie auch das Interesse von Finanzdienstleistern, eine Anzeige zu schalten“, sagt Hanke. *gl*