

A bulvárpiaac sztárjai

A Blikk a jelenlegi eladásai stabilizálására törekszik, a Bors számára pedig most még az erős második pozíció a realitás. A korábbi példányszámcsökkenését másfél év alatt megfordító Best és Story hamarosan újra külön főszerkesztőhöz kerülhet. | Heszler Róbert

A nyomtatott média sztárjai továbbra is a bulvárlapok, hiszen igazán nagy tömegek elérésére ezek a sajtótermékek képesek a női lapok és a tévéújságok mellett. Arról nem is beszélve, hogy a tévé-magazinok és a női lapok többsége is erősen merít a bulváros esz-közökből, valamint a bulváripár által kitermelt sztárokból.

Az alapvetően magas példányszámok miatt ezek a lapok üzletileg sem teljesítenek rosszul. Jól mutatja ezt, hogy a megyei lappiacról szóló cikkünkben Györke Zoltán, a Lapcom kereskedelmi és üzletágvezető vezérigazgató-helyettese arról számolt be, hogy a kiadójuk lapjai közül a Bors hozta tavaly a legmagasabb árbevételt. Ráadásul a Lapcom számára még úgy is jó üzlet a Bors kiadása, hogy a bulvárnapi lapok terén nem piacvezetők. „A piac jelen pillanatban és a közeljövőben el tud tartani két meghatározó bulvárnapi lapot, persze azt hozzá kell tennem, hogy nehéz megjósolni, hogy mit hoz a jövő” – vélekedik Györke Zoltán.

A Lapcom vezérigazgató-helyettese elmondta azt is, hogy jelenleg másodikak ezen a piacon, de az elmúlt három-öt évben a Bors piaci részesedést tudott nyerni a Blikkkel szemben. „Azt azonban látni kell, hogy a Blikknek még így is van egy bő ötvenezer értékesített példányos előnye. Nyilván örülnénk, ha egyszer piacvezető lehetne a Bors, de ez középtávon ez nem re-



alítás, jelenleg az a célunk, hogy erős másodikak legyünk” – mondta Györke Zoltán.

KÉTFÉLE BLIKK

A Blikk két éve került át a Ringier Axel Springerhez (RAS), a lapot pedig azóta a tulajdonukban lévő Blikk Kft. működteti. Lengyel András, a RAS kiadó hirdetési és marketingigazgatójának elmondá-

sa szerint az elmúlt évben tudták tartani a Blikk számára megszabott feszes üzleti tervet, és mind a lap-eladásból, mind a hirdetésből származó árbevétele emelkedett a napilapot kiadó társaságnak.

A lap tulajdonosváltása óta anynyi változás volt a Blikknél, hogy növekedett a praktikus, életmódjellegű cikkek aránya. „Emellett továbbra is cél, hogy minél több exkluzív értesülést hozzon le a lap. Nemcsak sztárokról, hanem akár gazdasági, bűnügyi, közéleti történésekről, mindenről, ami érdekelheti az olvasókat. Ezen a téren jól teljesített a lap, hiszen rengeteg más sajtótermék hivatkozik a Blikk értesüléseire” – tette hozzá Lengyel András.

Tavaly egy formai újítás is történt a Blikknél. A hagyományos lap mellett egy kisebb, úgynevezett fél-berliner méretű változatot



is elkészítenek mindennap, így az olvasók kétféle formátumból választhatnak. Lengyel András szerint az újtás sikeres volt, ezért a továbbiakban is folytatják. Távlátlag is megmaradhat a lap kétféle verziója, azaz nem tervezik, hogy a jövőben az egyik, vagy másik méretet tegyék kizárólagossá. A Blikk esetén egyébként nem gondolják, hogy az értékesített példányszám terén a jelenlegi eladásokat jelentősen növelni lehetne, a fő céljuk inkább a mostani eladási szint stabilizálása.

TESTVÉRLAPOK

A női hetilapokon belüli sztárszegmensnek a 2000-es évek elején volt egy hatalmas felfutása. Emlékeztet, hogy a Story értékesített példányszáma 2001-ben és 2002-ben meghaladta a négyszázezretet, s utána is hosszú évekig a legkelendőbb hazai sajtótermék volt. A válság miatt jött egy mélyrepülés, amit viszont az elmúlt időszakban meg tudtak állítani, sőt még növekedtek is a Story és a Best eladásai. A két lap jelenlegi főszerkesztője, Nichols Andrea elmondása szerint ebben fontos szerepe volt annak, hogy másfél évvel ezelőtt külön főszerkesztője lett a Central Média csoport két sztármagazinjának. A Story élére Kökény-Szalai Vivient nevezték ki – aki a közelmúltban távozott a laptól –, a Best főszerkesztője pedig Nichols Andrea lett.

„Több női, emocionális történetet próbáltunk bevinni a lapokba, főleg a Story esetén növekedett a női tartalmak aránya, valamint olyan művészeket is megszólaltattunk, akik korábban nem szerepeltek a lapban. A Bestnél kutatásokat végeztünk arról, hogy milyen rovatokat, tartalmakat kedvelnek az olvasók, módosítottunk a címlapstruktúránkon, megújítottuk a lap tördelését” – sorolja a változtatásokat Nichols Andrea, aki szerint

Példányszámok

A Matesz adatai szerint a tavalyi év utolsó negyedében átlagosan napi 123 183 példányban értékesítették Blikket, a Borsból pedig 66 586 darab kelt el. A két napilap közül darabszáma és arányaiban is a Blikknek volt több előfizetője, egészen pontosan 19 361 példányt értékesítettek így, a Bors esetén pedig naponta 3334 darabot kézbesítettek előfizetési formában.

A heti eladások alakulása terén érdekes, hogy nincs sok közös pont a Blikkben és a Borsban. A Blikknél a hétfői és a szombati példányszámok voltak a leginkább kelendők, utóbbi több mint 135 ezer példányos értékesített példányszámot jelent. A Borsnál a szombat volt a leggyengébb nap, a legerősebb pedig a csütörtök, amikor közel 74 ezer példányt adtak el a napilapból. A két újság – már szombaton megjelenő – vasárnapi kiadás között kisebb volt a differencia. A Vasárnapi Blikkből 78 377 példány fogyott, a Vasárnapi Borsból pedig 56 271.



A bulváros tematikához sorolható hetilapok közül továbbra is a Story volt a legkelendőbb a tavalyi utolsó negyedében. A lassan húszéves múltra visszatekintő hetilapból 172 383 példányt adtak el. A szintén a Central Média csoporthoz tartozó Bestből 76 105 példányt értékesítettek, a Mediaworks által megjelentett Hotl-ból pedig 63 562 darab kelt el. Az előfizetési darabszámok tekintetében is ugyanez a sorrend a három hetilap között. 2015 utolsó negyedében a Storynak több mint 30 ezer, a Bestnek 6303, a Hotl-nak pedig bő 4000 előfizetője volt.

A bulvártartalom népszerűsége egyébként nem hungarikum, a cseh és a szlovák sajtópiacra is ez a tematika a leginkább kelendő, sőt talán még dominánsabb is, mint nálunk. A lakosságszámban hazánkhoz hasonló Csehországban a Blesk nevű piacvezető bulvárnapi lapból 241 ezer példányt értékesítettek az idén januárban. A mi sztármagazinjainkhoz hasonló lapok – a Pestyri Svet, a Sedmicka és a Rytmus Zivota – pedig 133, 140 és 159 ezres értékesített példányszámot tudtak felmutatni.

Az 5,3 millió lakosú Szlovákiában is egy bulvárlap, a Novy Cas a legkelendőbb napilap, amelyből 96 ezer példányt fogott az idén januárban. A hetilapok piacán pedig egy műsorúság mellett a Plus 7 dní nevű lap a legkelendőbb, amelyből 114 ezer példányt értékesítettek. Igaz, ez utóbbi kissé konfrontatívabb újság, mint nálunk a Story, ráadásul politikai témákkal is foglalkoznak, leginkább egy hetente megjelenő Blikkhez lehetne hasonlítani.

az elért eredményeik azt mutatják, hogy továbbra is az lenne az ideális, ha két külön főszerkesztő vinné a lapokat, ezért csak májusig vállalta a szimultán munkát.

„Mindez persze nem azt jelenti, hogy a lapok konkurálnának egymással, hiszen fontos az együttműködés a szerkesztőségek között. Figyelnünk kell arra, hogy a két magazin ne ugyanazzal a témákkal foglalkozzon, mert azzal csak gyengítenék egy-

mást. A cél ugyanis az, hogy az olvasók ne egyik, vagy másik, hanem mindkét lapot megvásárolják” – mondja a Best és a Story főszerkesztője.

Miután egy piacon mozognak, ezért valamilyen szinten a bulvárnapi lapok és az online bulvároldalak is konkurenciát jelentenek a két hetilapnak. Nichols Andrea szerint ez arra ösztönzi őket, hogy krea-

tívabbak legyenek a témák feldolgozása során. A napi bulvársajtónak ugyanis nincs ideje mélyebben foglalkozni a hírekkel, ezért a Bestnek és a Storynak sok esetben ezeket érdemes érdekesebben, részletesebben tálni az olvasóknak. „Ráadásul a két lap múltja miatt nekünk jobban megnyílnak a sztárok, ezért sok exkluzív értesülésünk van. Például mi írtunk először arról, hogy Miklósa Erika örökbe fogad egy kislányt, ahogy Majkákék első babájáról vagy Polyák Lilla új szerelméről is elsőként számoltunk be” – büszkélkedik a Best és a Story főszerkesztője.

A két sztárhetilap esetén egyébként a webes megjelenés nem kap nagy hangsúlyt, inkább a Facebookon közölnek kedvesítő témákat az adott heti lapszámból. Azaz az internetet tulajdonképpen a lapok promóciójához használják fel. Ebből következően a Best és a Story cikkei nem is kerülnek ki az internetre.

