

Wydawca 20-lecia: Bauer

Proste pomysły na tytuły, konsekwencja w działaniu, żelazne trzymanie się ram finansowych, szybkie reakcje na zmiany na rynku. To tylko kilka elementów, które pozwoliły Bauerowi stać się najważniejszym graczem prasowym w Polsce.

TEKST: JOANNA DZIWIŚIŃSKA

Wydawnictwo Bauer zdystansowało swoich konkurentów. W ciągu ponad 20 lat obecności na polskim rynku pokazało, że potrafi doskonale wyczuwać szanse na przejęcia, debiuty czy poszerzenia strefy wpływów. Według ostatnich danych udziały Bauera w rynku wydawniczym wynosiły 55 proc. (dane wydawcy za styczeń-sierpień 2013, na podstawie rozpowszechniania płatnego razem, za ZKDP). Drugi pod względem udziałów jest Edipresse.

Wydawca zaczynał od wprowadzenia magazynu „Bravo” w 1991 r. Bardzo szybko na rynku pojawiły się kolejne tytuły, w tym m.in. „Tina”, „Tele Tydzień”, „Chwila dla Ciebie”. Wydawca czuł, że Polacy są głodni magazynów kolorowych i prostych treści. Zaczął przejmować tytuły, np. „Auto Dziś i Jutro” i „Auto Moto” (z ich połączenia powstało „Auto Moto”), „Twoje Imperium”, „Imperium TV” czy „To & Owo”. W 2002 r. przejął wydawnictwo Silver Shark specjalizujące się w tytułach komputerowych. Wszystko wskazywało, że Bauer skupi się tylko na masowych pismach. Jednak w tym samym roku zupełnie niespodziewanie wydawca przejął prawa do jednej z peretek prasowych na rynku – „Twojego Stylu”. Nikt nie wierzył, że Bauer będzie w stanie wydawać tak wymagający tytuł. Tymczasem pismo nigdy nie odpuściło pozycji największego magazynu luksusowego w Polsce. Kilka lat później do „Twojego Stylu” dołączyła także „Pani”. Kolejnym krokiem w „odczarowywaniu” wizerunku było wprowadzenie pism z segmentu people, jak „Show” czy ostatni debiutant – „Grazia”.

Obecnie Bauer jest liderem w segmencie pism luksusowych (30 proc.), miesięczników poradniczych – 47 proc., tygodników poradniczych i poradniczo-rozrywkowych – 88 proc., komputerowych – 71 proc., i TV guide'ach – 91 proc.

1991 r.

**NA RYNKU DEBIUTUJE
„BRAVO”**

1999 r.

**WITOLD WOŹNIAK
AWANSUJE NA PREZESA
WYDAWNICTWA BAUER**

**178
mln egz.**

**CZASOPISM SPRZEDAŁ
BAUER W CIĄGU OŚMIU
MIESIĘCY TEGO ROKU**



Na przestrzeni dwóch dekad Bauer przejął m.in. większościowy pakiet udziałów w Phoenix Press. Kupił także m.in. „Naj” od G+J oraz „Olivie” od Marquard Media. Jest wydawcą blisko 90 tytułów.

Polski oddział niemieckiego koncernu miał w swojej historii też kilka potknięć, które jednak nie wpłynęły znacząco na pozycję spółki. Niektóre projekty, np. tygodnik ekonomiczny, nigdy nie ujrzały światła dziennego. Prawdopodobnie wynika to z wyjątkowej intuicji i ostrożności biznesowej zarządu.

Jak widać, taka strategia przynosi efekty, a kierownictwo wydawnictwa jest jednym z najstabilniejszych. Można być pewnym, że Bauer nie powiedział jeszcze ostatniego słowa i zamierza dalej wykorzystywać swoje atuty, czyli wsparcie innych mediów z grupy – w tym m.in. portalu interia.pl oraz grupy radiowej RMF. Takiej siły nie można ignorować.