

# Der B2B-Medien- und Informationsmarkt in Deutschland 2016

Eine Marktstudie der Deutschen Fachpresse, durchgeführt von der Schickler Unternehmensberatung

## Warum diese Marktstudie?

Die Fachverlage in Deutschland haben sich aufgrund der digitalen Transformation grundlegend fortentwickelt. Ausgehend von ihrem Kerngeschäft, gedruckte Bücher und Zeitschriften, sind diese heute multimediale Informations- und Kommunikationsdienstleister, die ihre Kunden auf vielfältigen Kanälen bedienen.

Damit sind Fachmedienhäuser in einem neuen und wesentlich größeren Markt als in der Vergangenheit aktiv. Diesen Markt für Kunden, Marktteilnehmer und Öffentlichkeit transparent zu machen und Entwicklungen aufzuzeigen, ist Zielsetzung dieser Studie. Zudem soll die ganzheitliche Betrachtung Kooperationspotenziale für alle Marktteilnehmer sichtbar machen.

Die vorliegende Marktstudie beschreibt und quantifiziert erstmals den B2B-Medien- und -Informationsmarkt in Deutschland. Dieser umfasst alle Informations- und Kommunikationsangebote für berufliche Nutzer. Die in diesem Markt erzeugten Leistungen sind zentraler Bestandteil einer wissensstarken Gesellschaft und tragen maßgeblich zum wirtschaftlichen Erfolg Deutschlands bei. B2B-Medien- und Informationsanbieter sind Wegbegleiter im beruflichen Alltag und Wegbereiter für Innovation und Fortschritt in Wirtschaft und Wissenschaft.

DEUTSCHE

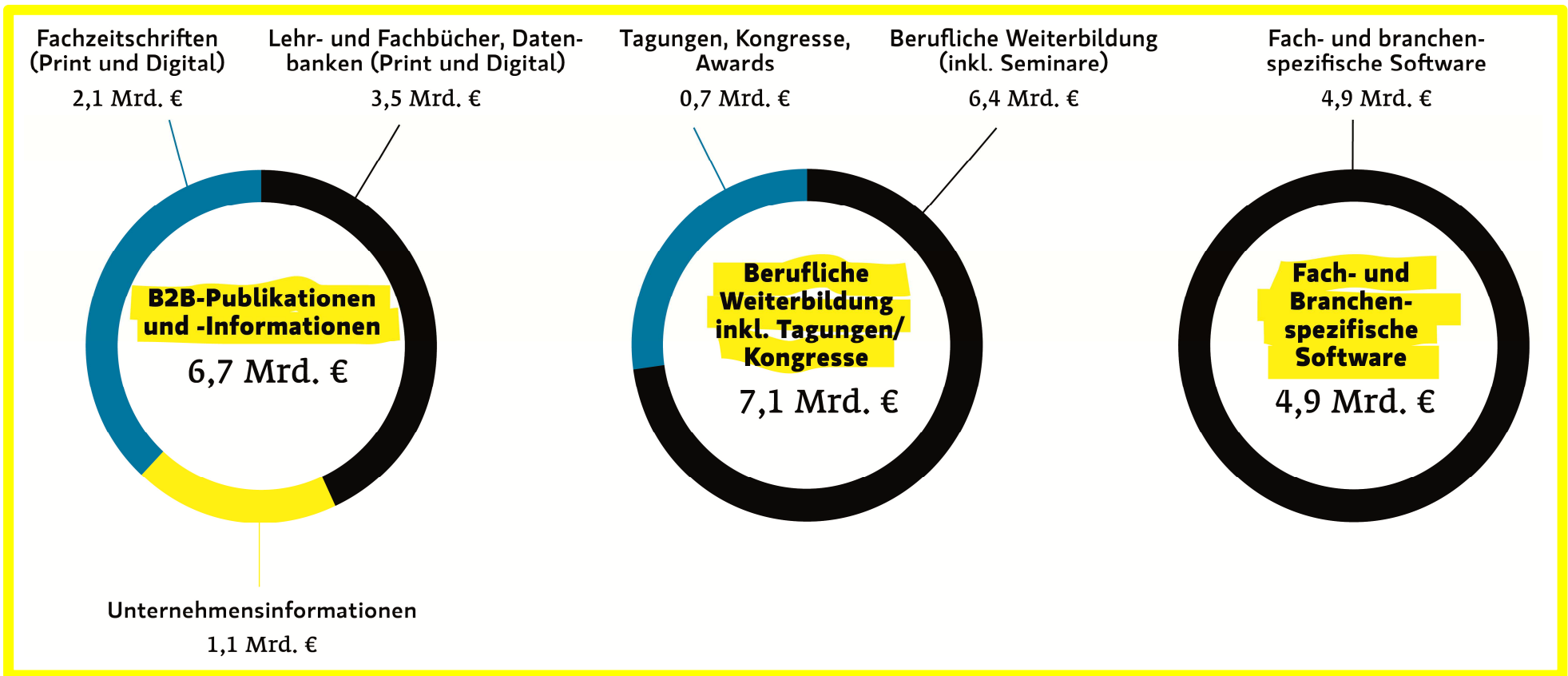
FACHPRESSE

## Der B2B-Medien- und Informationsmarkt in Deutschland im Überblick



Der Gesamtmarkt steht in 2016 für ein Umsatzvolumen von 28,3 Milliarden Euro. Um diesen vielfältigen Markt transparent zu machen, wurden die Teilmärkte zu Marktsegmenten aggregiert, die wiederum zu zwei großen Clustern, „Content-Lösungen“ und „Marketing-Lösungen“, gruppiert wurden. Die grafische Darstellung des Marktes unterstreicht, dass die Übergänge zwischen den beiden Clustern fließend sind und die meisten Angebote für beide Lösungsansätze stehen.

## Der Cluster „Content-Lösungen“ und seine Marktsegmente



Im Cluster „Content-Lösungen“ sind Marktsegmente gebündelt, in denen überwiegend Fachinformationen vermittelt werden. Diese werden mittels vielfältiger Formate und Kanäle für die Zielgruppen aufbereitet. Der Cluster steht für die Funktion dieses Gesamtmarktes als Wissenslieferant für Wirtschaft und Wissenschaft. „Berufliche Weiterbildung“ und „B2B-Publikationen und –Informationen“ stellen hier die umsatzstärksten Marktsegmente.

## Definition und Beschreibung der Marktsegmente des Clusters „Content-Lösungen“

### B2B-Publikationen und -Informationen

- Fachbücher, Lehrbücher, Datenbanken, Loseblatt-Sammlungen und Formulare/Vordrucke, inklusive digitaler/Online-Formate
- Fachzeitschriften, inklusive digitaler/Online-Formate
- Unternehmensinformationen, Kreditbüros, inklusive digitaler/Online-Formate

### Berufliche Weiterbildung inkl. Tagungen/Kongresse

- Seminare und Schulungen für berufliche Weiterbildung, inklusive E-Learning, Online-Seminare, Sprachschulen, Volkshochschulen etc., sofern Unternehmen die Weiterbildung bezahlen
- Veranstaltung von Fach-Tagungen und Kongressen für Fachbesucher, inklusive Webinare

### Fach- und branchenspezifische Software

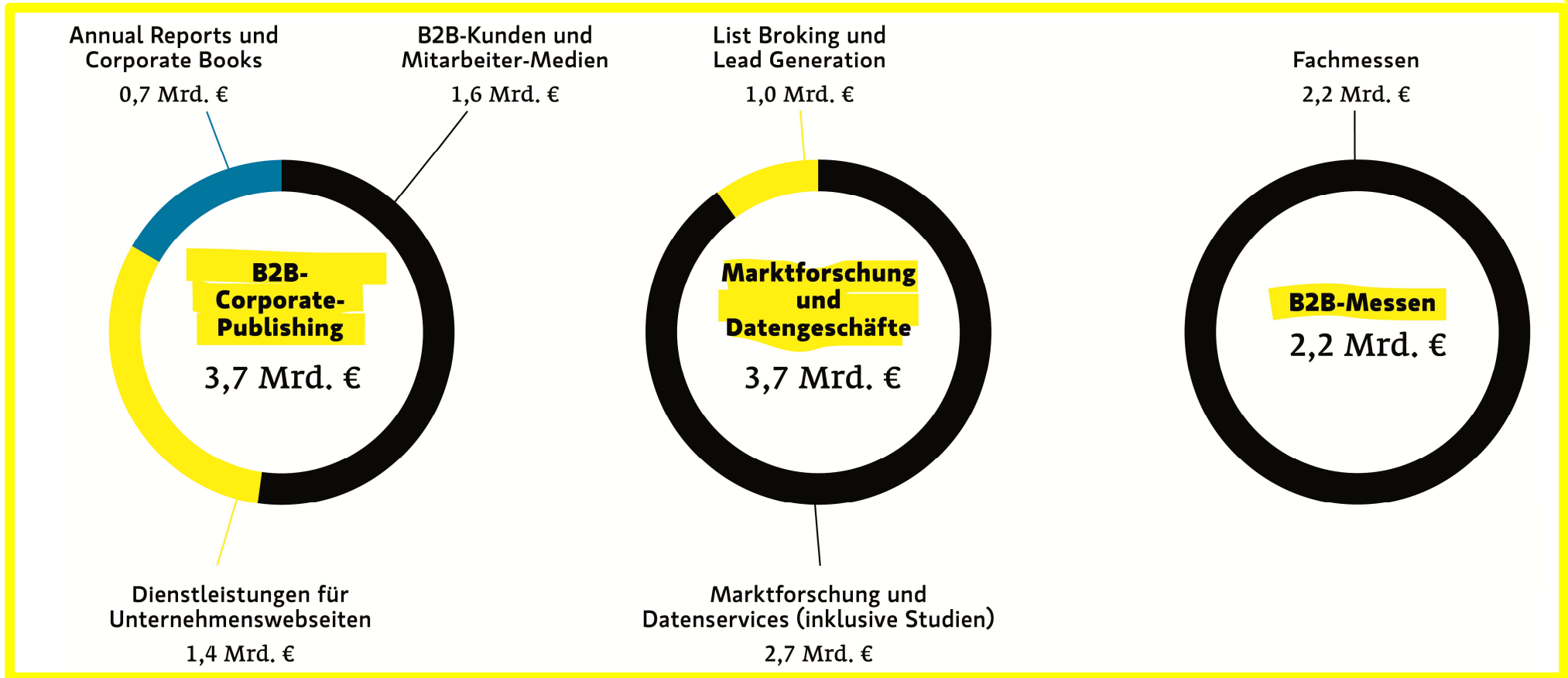
- Software, die auf die speziellen Bedürfnisse einer Branche oder Funktion zugeschnitten ist, und aktuelle Regulierung und Fachdaten berücksichtigt, z.B. Compliance Software, Import-/Export-Software, Workflow-Lösungen für den STM-Bereich. Wichtig ist ein Content-Bezug

Die Definition und Beschreibung der Marktsegmente führt im Detail aus, welche Produkte und Dienstleistungen in den drei Marktsegmenten des Clusters „Content-Lösungen“ zusammengefasst wurden.

DEUTSCHE

FACHPRESSE

## Der Cluster „Marketing-Lösungen“ und seine Marktsegmente



Im Cluster „Marketing-Lösungen“ sind Marktsegmente gebündelt, in denen Kommunikations-, Marketing- und Datenleistungen erbracht werden, die Angebote sind überwiegend marketinggetrieben. Die einzelnen Marktsegmenten sind heterogen und reichen von Corporate Publishing über Messen bis hin zu Marktforschung.

## Definition und Beschreibung der Marktsegmente im Cluster „Marketing-Lösungen“

### B2B-Corporate Publishing

- B2B-Kunden-/Mitarbeiter-Medien
- Annual Reports und Corporate Books
- Erstellung und Pflege von B2B-Unternehmens-Websites

### Marktforschung und Datengeschäfte

- Marktforschung und Primärerhebungen, Experten-Netzwerke, Daten-Services, Studien, inklusive digitaler/ Online-Formate und inklusive Angebote von Aggregatoren/Drittverwertern
- List Broking & Lead Generierung, Verkauf von segmentierten Adressdaten potenzieller Zielkunden

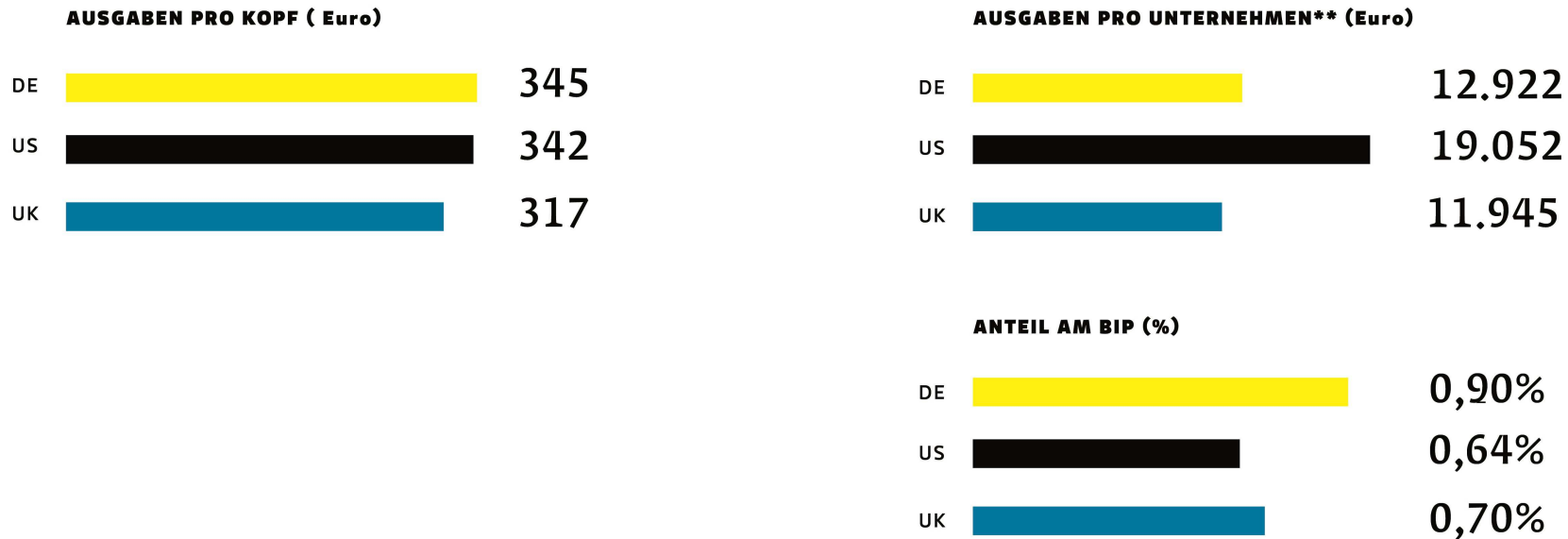
### B2B-Messen

- Dedizierte Fachmessen und der B2B-Anteil von Messen, die sowohl Fach- als auch Privatleute ansprechen. Es werden nur Messen berücksichtigt, die in Deutschland stattfinden.

Die Definition und Beschreibung der Marktsegmente führt im Detail aus, welche Produkte und Dienstleistungen in den drei Marktsegmenten des Clusters „Marketing-Lösungen“ zusammengefasst wurden.

## Einordnung im internationalen Kontext

### B2B-Medien- und -Informationsmarkt: Internationaler Kennzahlen-Vergleich (2016)\*



\*SCHICKLER Marktanalysen, ABM BIN Daten für USA extrapoliert von 2015, PWC Daten für UK; nach Korrektur für abweichende Marktdefinitionen

\*\*Bezogen auf alle Unternehmen des Landes mit mehr als einem Mitarbeiter

Ein Vergleich des B2B-Medien- und Informationsmarktes in Deutschland, den USA und England zeigt, dass die Ausgaben für Fachinformationen pro Kopf in allen drei Ländern in etwa gleich sind. Die höheren Ausgaben pro Unternehmen in den USA lassen sich mit den Unternehmensgrößen erklären. Dort gibt es weniger, aber dafür größere Unternehmen als in Deutschland und England, wo der Mittelstand sehr ausgeprägt ist. In Deutschland trägt der Fachinformationsmarkt am meisten zur Wertschöpfung beim BIP bei.



## Methodik der vorliegenden Marktstudie

- Die Analyse wurde ohne eigene Primärerhebung , auf Basis veröffentlichter Daten durchgeführt. Dabei wurde eine Vielzahl von Quellen analysiert (u.a. von den folgenden Herausgebern: Deutsche Fachpresse, BITKOM, Gartner, IDC, Infonetics, markets and markets, Persistence market research, SIIA, ABM, Clearwater, Bürgerl, Statistisches Bundesamt, Clevis, GfK, Ovum, BIBB, IWF, PWC, Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Bundesverband der deutschen Versandbuchhändler).
- Alle Marktvolumina für die Marktsegmente und Subsegmente beinhalten nur externe Ausgaben der Unternehmen bzw. der beruflichen Nutzer, ohne interne Aufwendungen (Personalkosten, Verwaltungskosten, Opportunitätskosten) und ohne Begleitkosten (z.B. Reisekosten). Dadurch wird nur der von B2B-Medien- und Informations-Anbietern adressierbare Markt erfasst.
- Wo keine oder unzureichende Daten verfügbar waren, wurden zum Teil eigene Marktmodelle aufgebaut, um die die Segmentvolumina abschätzen zu können (u.a. für Lehr- und Fachbücher [Print und Digital], berufliche Weiterbildung, fach- und branchenspezifische Software).
- Soweit möglich, wurden alle Segmentgrößen durch alternative Analyseansätze validiert (z.B. Bottom-Up-Validierung, Kennzahlen-Analogien u.a.).
- Um größtmögliche Aktualität zu gewährleisten, wurden die veröffentlichten historischen Marktdaten, die aktuell typischerweise erst für die Jahre bis 2014 vorliegen, bis 2016 fortgeschrieben. Wo die verwendeten Quellen selber Prognosen für 2016 machen, wurden diese verwendet.

## Impressum

# Der B2B-Medien- und Informationsmarkt in Deutschland 2016

Veröffentlicht im Mai 2016

### Durchführung:

SCHICKLER Unternehmensberatung  
[www.schickler.de](http://www.schickler.de)

### Herausgeber:

Verein Deutsche Fachpresse  
Bernd Adam, Geschäftsführer  
Braubachstraße 16  
60311 Frankfurt am Main  
Tel.: 069-1306-397  
[seiring@deutsche-fachpresse.de](mailto:seiring@deutsche-fachpresse.de)  
[www.deutsche-fachpresse.de](http://www.deutsche-fachpresse.de)

Die Haftung der Handelnden und der Mitglieder ist auf das Vermögen des Vereins beschränkt.

Der Verein Deutsche Fachpresse ist die moderne Marketing- und Dienstleistungsplattform für alle Anbieter von Fachinformationen im beruflichen Umfeld. Sie wird getragen vom Fachverband Fachpresse im Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (Berlin) und der Arbeitsgemeinschaft Zeitschriftenverlage im Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Frankfurt am Main). Die Deutsche Fachpresse repräsentiert 350 Mitgliedsverlage in einer Branche mit insgesamt rund 3.900 Titeln. Durch vielfältige Leistungen macht die Deutsche Fachpresse ihre Mitglieder am Markt noch erfolgreicher. Sie fördert die gemeinsamen wirtschaftlichen und politischen Anliegen der Mitgliedsunternehmen und vermittelt aktuelles Branchenwissen. Mit gattungsspezifischen Kontaktplattformen schafft sie Beziehungsnetzwerke und positioniert Fachmedien als zuverlässige Informationsquellen und effiziente Werbeträger.