

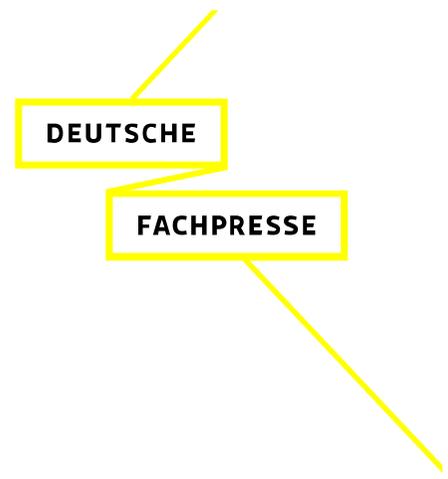
DEUTSCHE

FACHPRESSE

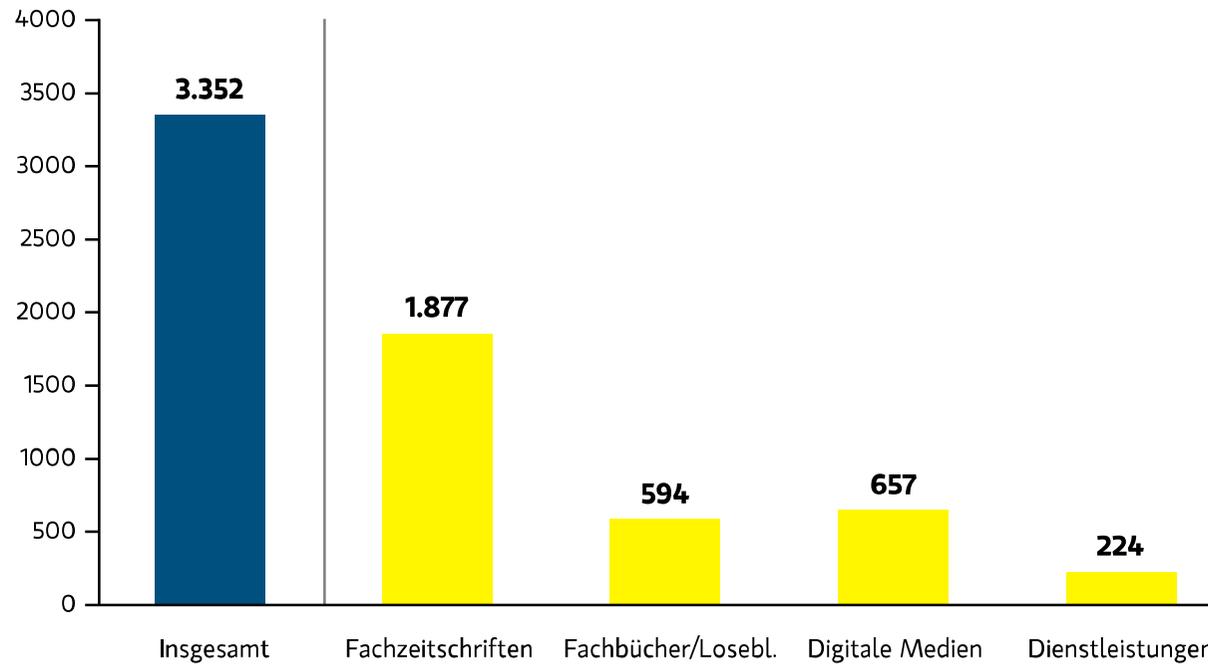
# Fachpresse-Statistik 2015

Zahlen zum deutschen Fachmedienmarkt

# Fachmedien



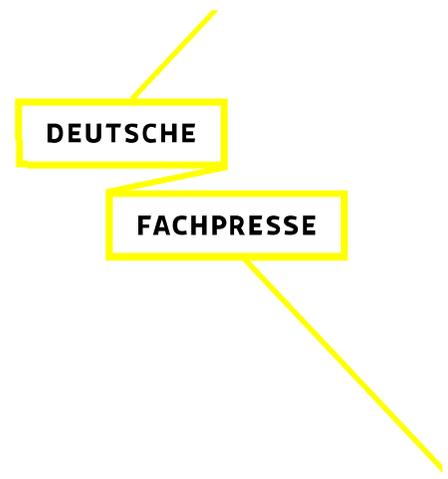
FACHMEDIENUMSÄTZE IM JAHR 2015 (in Mio. Euro)



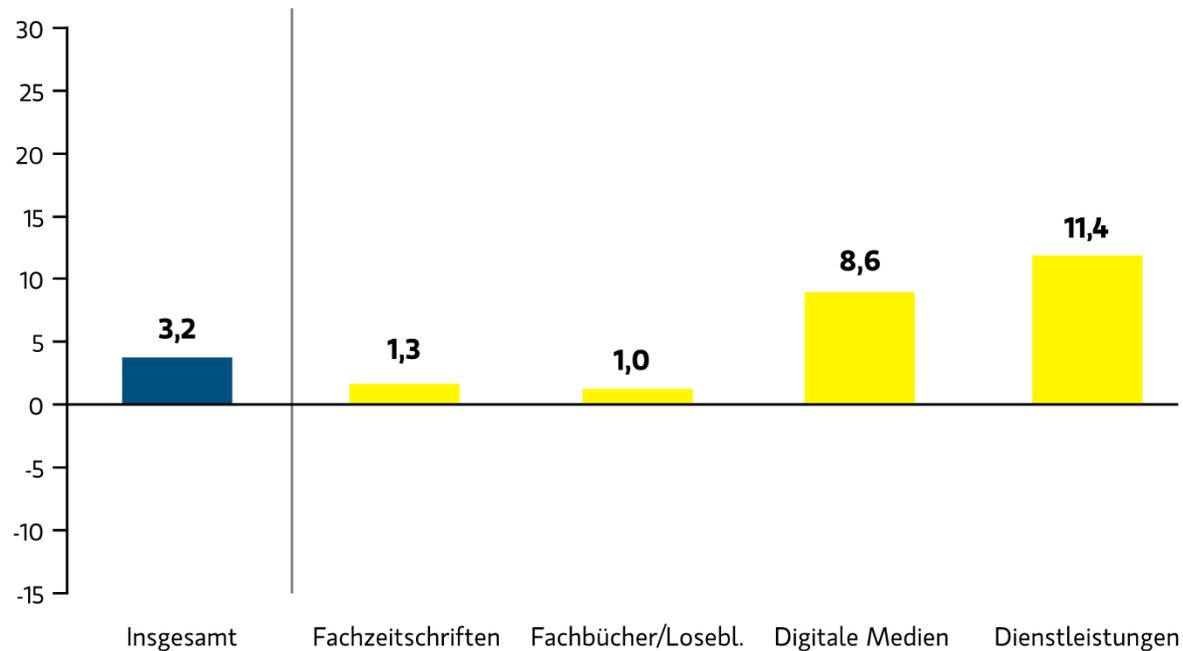
Im Jahr 2015 steigt der Gesamtumsatz der Deutschen Fachverlage um 105 Mio. Euro auf insgesamt 3,35 Mrd. Euro.

Die Wachstumsrate beträgt 3,2% und fällt damit höher aus als im Vorjahr (1,3%).

# Fachmedien



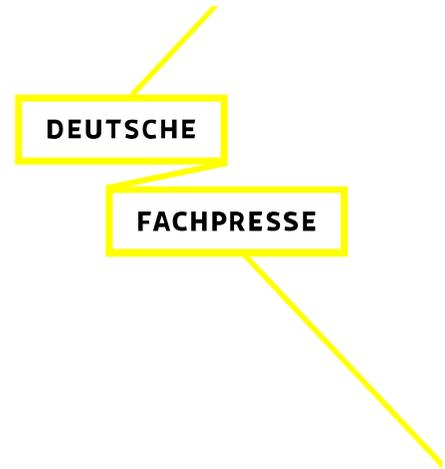
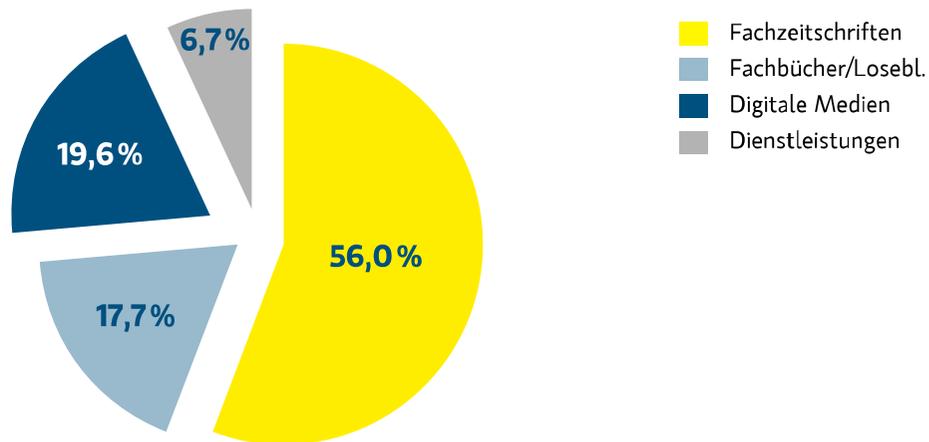
VERÄNDERUNG DER FACHMEDIENUMSÄTZE GEGENÜBER 2014 (in %)



Die Fachzeitschriftenumsätze steigen mit 1,3% nur leicht stärker als im Vorjahr (1,0%). Ein moderates Plus von 1,0% ergibt sich auch für die Fachbuchumsätze, die im Vorjahr noch leicht um 0,7% schrumpften. Mit 8,6% wachsen die Digitalen Medien etwas stärker als im Vorjahr (8,2%). Der Vorjahresrückgang der Dienstleistungen um 7,8% wird durch das aktuelle deutliche Wachstum von 11,4% mehr als ausgeglichen.

# Fachmedien

## STRUKTUR DER FACHMEDIENUMSÄTZE 2015



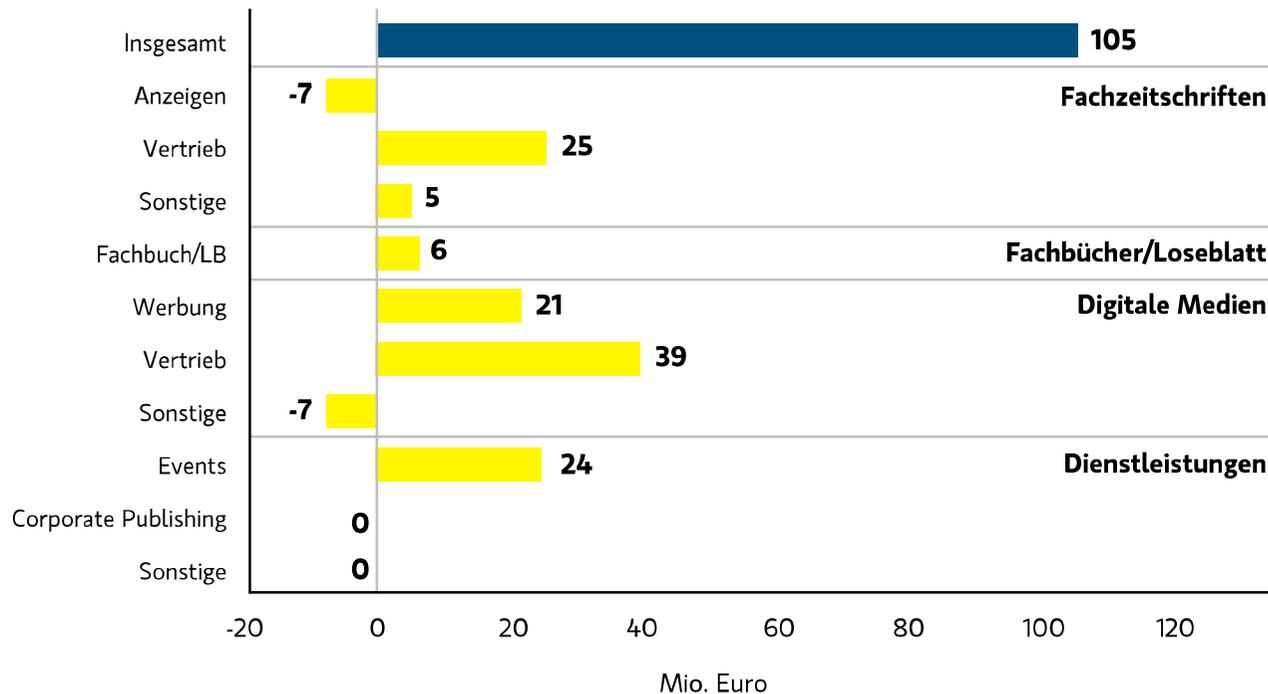
Da Fachzeitschriften und Fachbücher erneut schwächer wachsen als die gesamten Fachmedienumsätze, sinken deren Anteile auch im Jahr 2015. Zusammen genommen beträgt ihr Anteil erstmals weniger als drei Viertel der Gesamterlöse. Der Anteil Digitaler Medien steigt von 18,1 auf 19,6%. Auch der Dienstleistungsanteil steigt nach einem Rückgang im Vorjahr in 2015 wieder an und beträgt 6,7%.

# Fachmedien

DEUTSCHE

FACHPRESSE

BEITRÄGE DER MEDIENKATEGORIEN ZUM GESAMTWACHSTUM (in Mio. Euro)

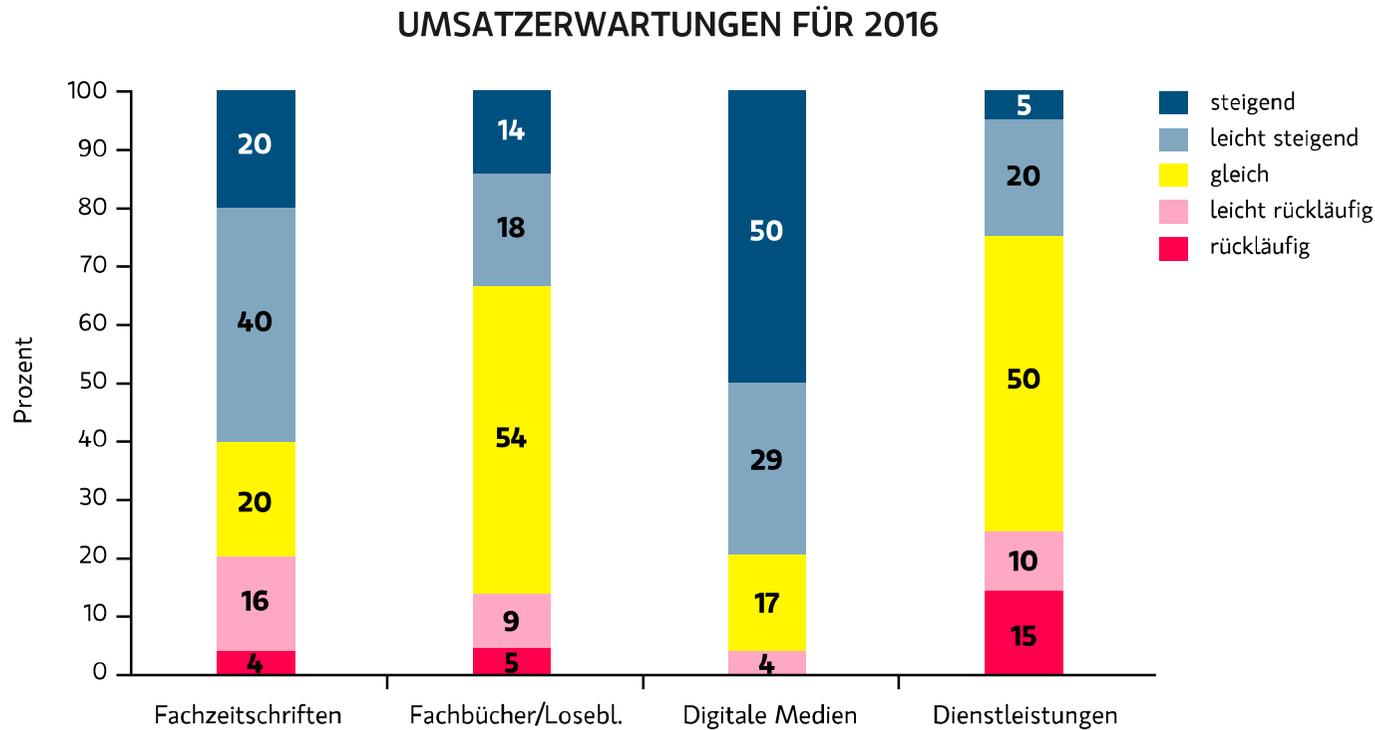


Die gesamten Fachmedienumsätze steigen in 2015 um 105 Mio. Euro (Vorjahr 43 Mio. Euro). Mehr als die Hälfte dieses Anstiegs entfällt auf den Beitrag digitaler Werbe- und Vertriebs Erlöse. Es folgen die Vertriebs Erlöse der Fachzeitschriften und die Eventerlöse. Leicht gedämpft wird die Gesamtentwicklung durch die Anzeigenerlöse der Fachzeitschriften und die sonstigen digitalen Erlöse. Hinter der Null des Corporate Publishing stehen sehr heterogene Entwicklungen der einzelnen Verlage.

# Fachmedien

DEUTSCHE

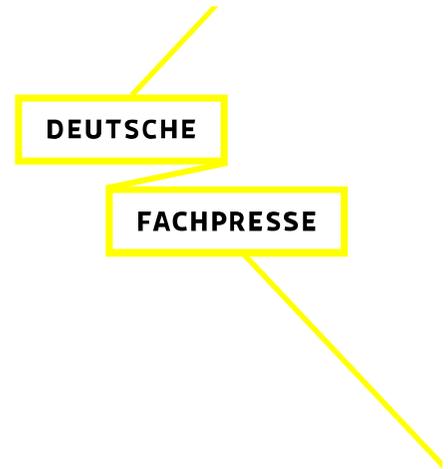
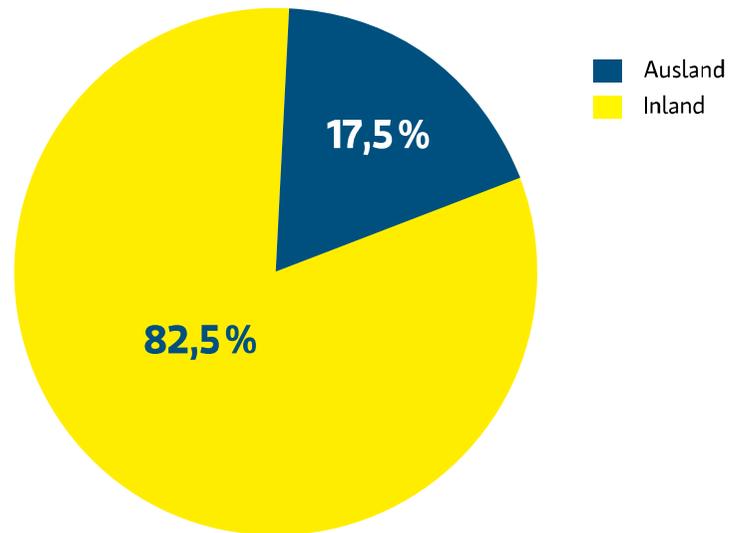
FACHPRESSE



Merklich besser als im Vorjahr fallen die Umsatzerwartungen für die Fachzeitschriften aus: 60% der Verlage erwarten einen Anstieg. Die Erwartungen für den Fachbuch-Umsatz haben sich dagegen nur leicht verbessert. Weiterhin optimistisch sind die Erwartungen bei den Digitalen Medien: hier erwartet nun sogar die Hälfte der Verlage ein merkliches, weitere 29% ein leichtes Umsatzplus für 2016. Nach dem realisierten deutlichen Zuwachs in 2015 geht die Hälfte der Verlage für das Jahr 2016 von einem gleich bleibenden Dienstleistungsumsatz aus.

# Fachmedien

AUSLANDSANTEIL AM GESAMTEN FACHMEDIENUMSATZ 2015



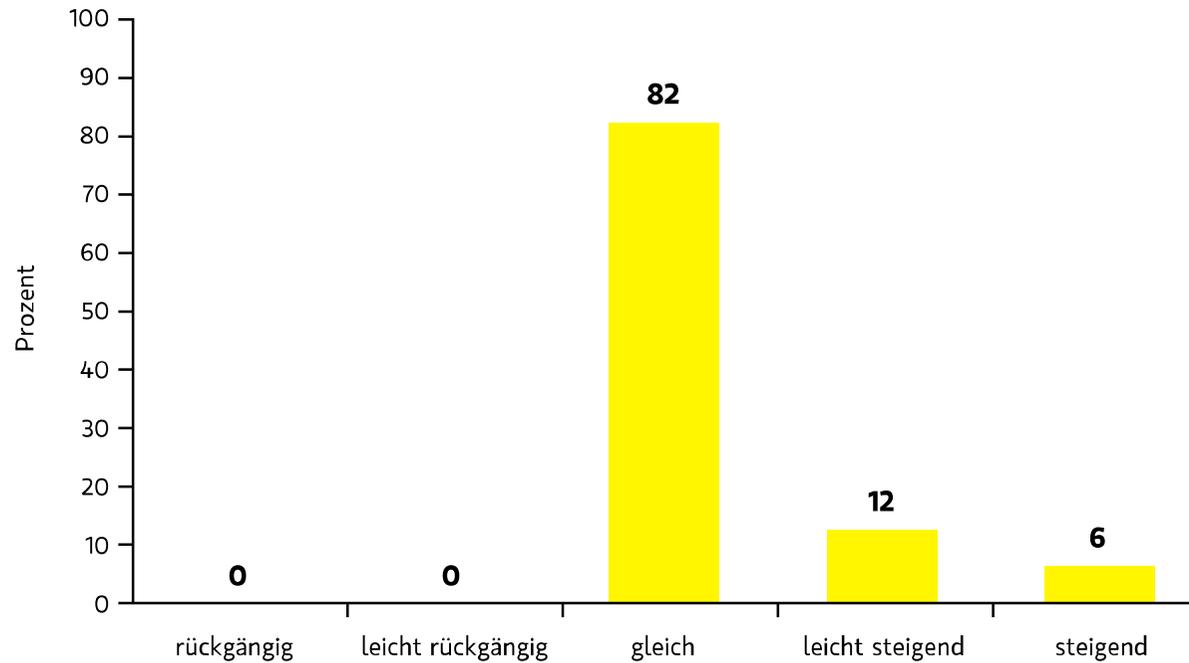
Der Auslandsanteil der Fachmedienumsätze steigt in 2015 um 1,6 Prozentpunkte von 15,9 auf 17,5%.

# Fachmedien

DEUTSCHE

FACHPRESSE

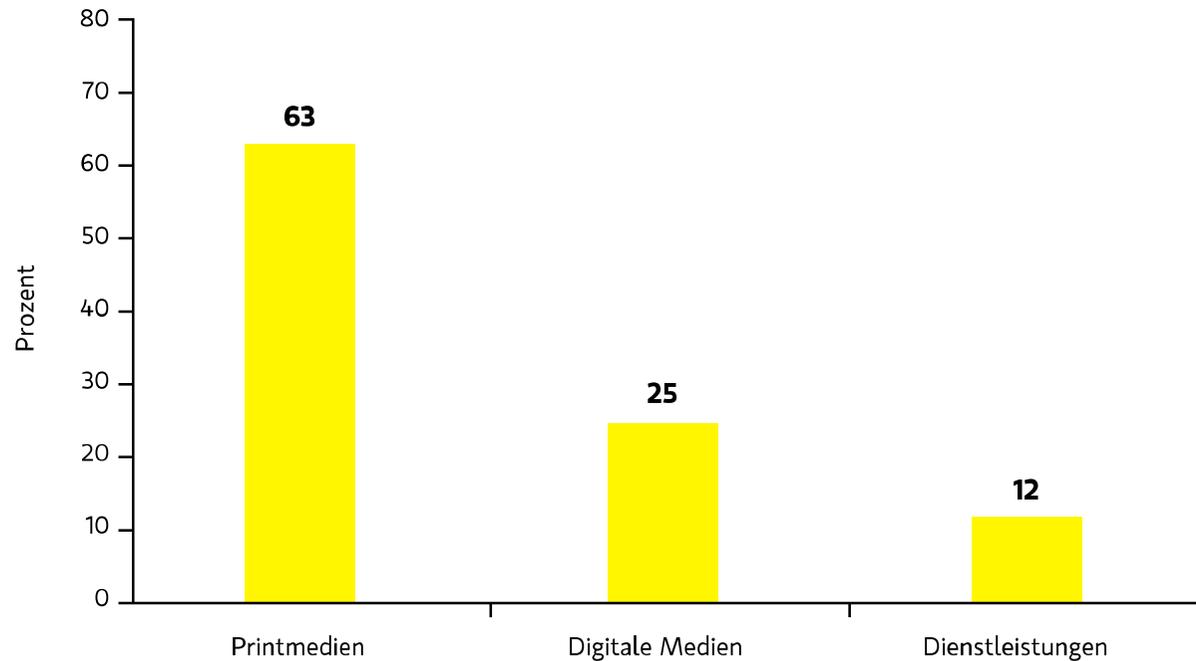
AUSLANDSGESCHÄFTSERWARTUNGEN 2016



Die Auslandsgeschäftserwartungen sind weiterhin stabil und mit den Einschätzungen des Vorjahres vergleichbar: gut acht von zehn Verlagen erwarten für 2016 ein gleich bleibendes Auslandsgeschäft und knapp zwei von zehn Verlagen erwarten sogar einen weiteren Anstieg. Von einem rückläufigen Auslandsgeschäft geht erneut keiner der befragten Verlage aus. Somit dürfte der Auslandsanteil in 2016 erneut leicht ansteigen.

# Fachmedien

WICHTIGSTE ANGEBOTSFORM DES AUSLANDSGESCHÄFTS 2015



DEUTSCHE

FACHPRESSE

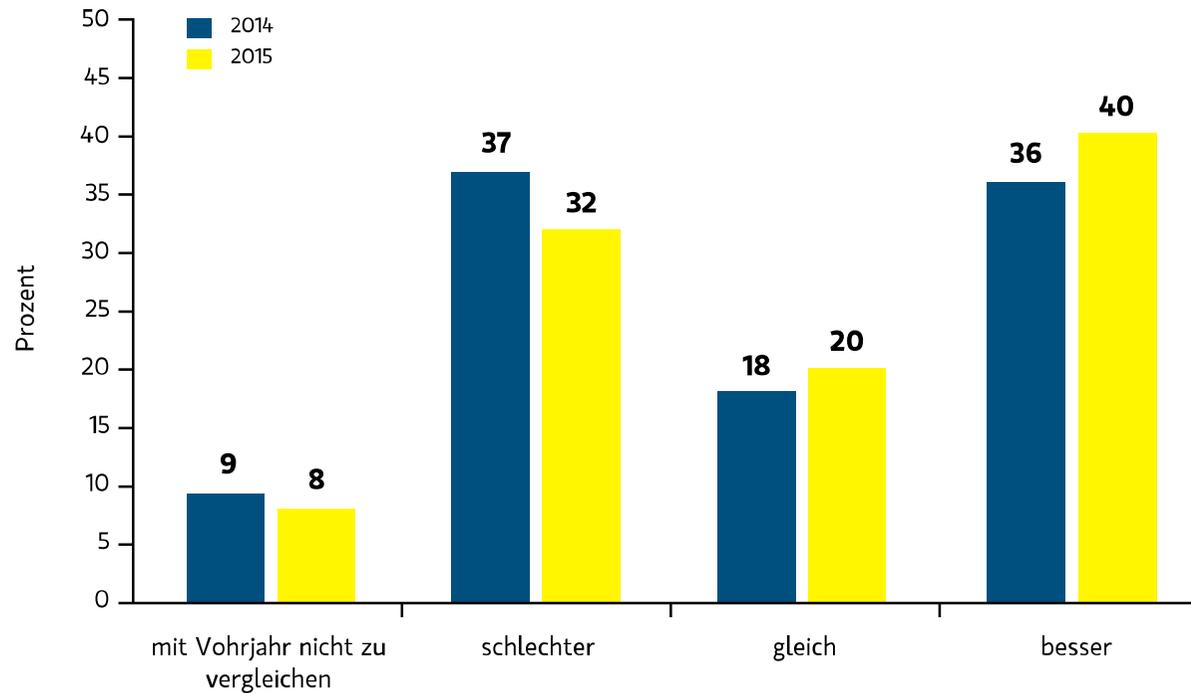
Printmedien bleiben die dominante Angebotsform im Auslandsgeschäft der Fachverlage. Es folgen Digitale Medien, die noch einmal häufiger als im Vorjahr als wichtigste Angebotsform genannt werden (25 vs. 19%). Die Bedeutung der Dienstleistungen dagegen ist leicht zurückgegangen (12 vs. 15%). Wichtigster Auslandsmarkt ist erneut mit deutlichem Abstand West-Europa: hier sind wie im Vorjahr 89% der Verlage mit Auslandsgeschäft aktiv.

# Fachmedien

DEUTSCHE

FACHPRESSE

## ENTWICKLUNG DES JAHRESERGEBNISSES

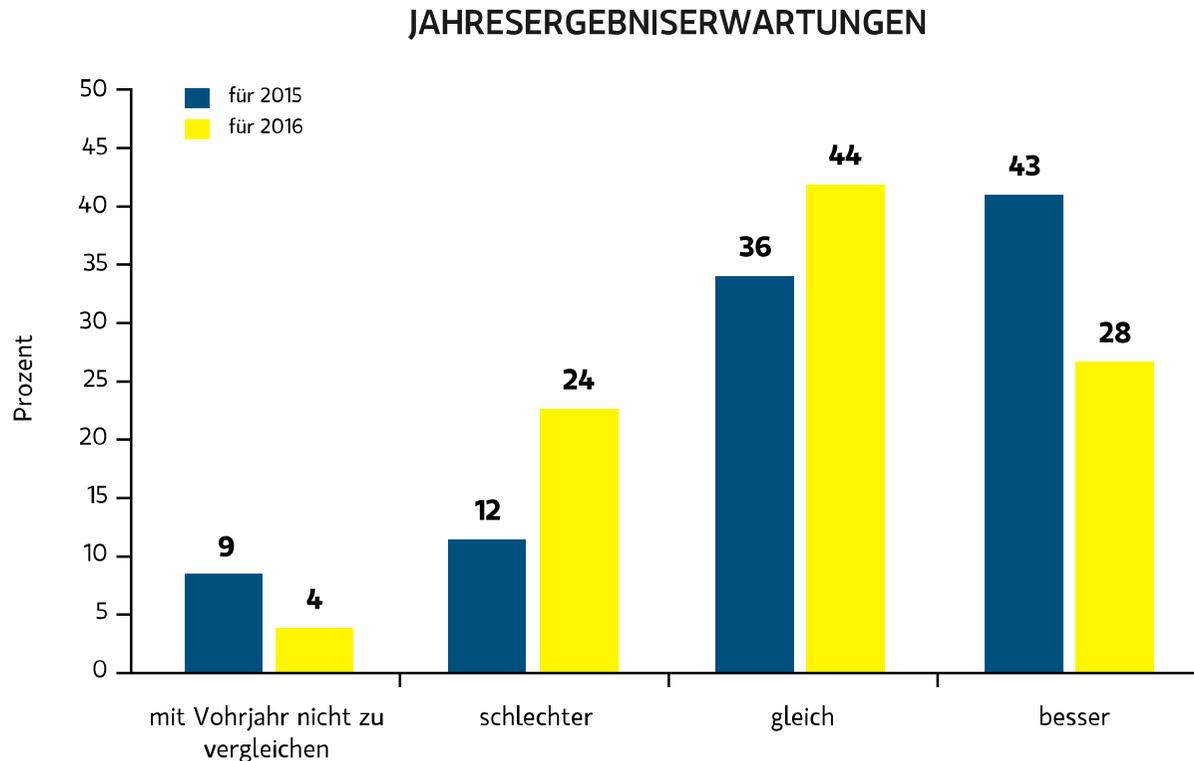


- Das leicht gestiegene Umsatzplus hat auch zu einer günstigeren Einschätzung der Jahresergebnisentwicklung geführt:
- 40% der Verlage berichten von einer Verbesserung (Vorjahr 36%),
- 32% der Verlage und damit etwas weniger als im Vorjahr (37%) beklagen dagegen ein verschlechtertes Jahresergebnis.

# Fachmedien

DEUTSCHE

FACHPRESSE



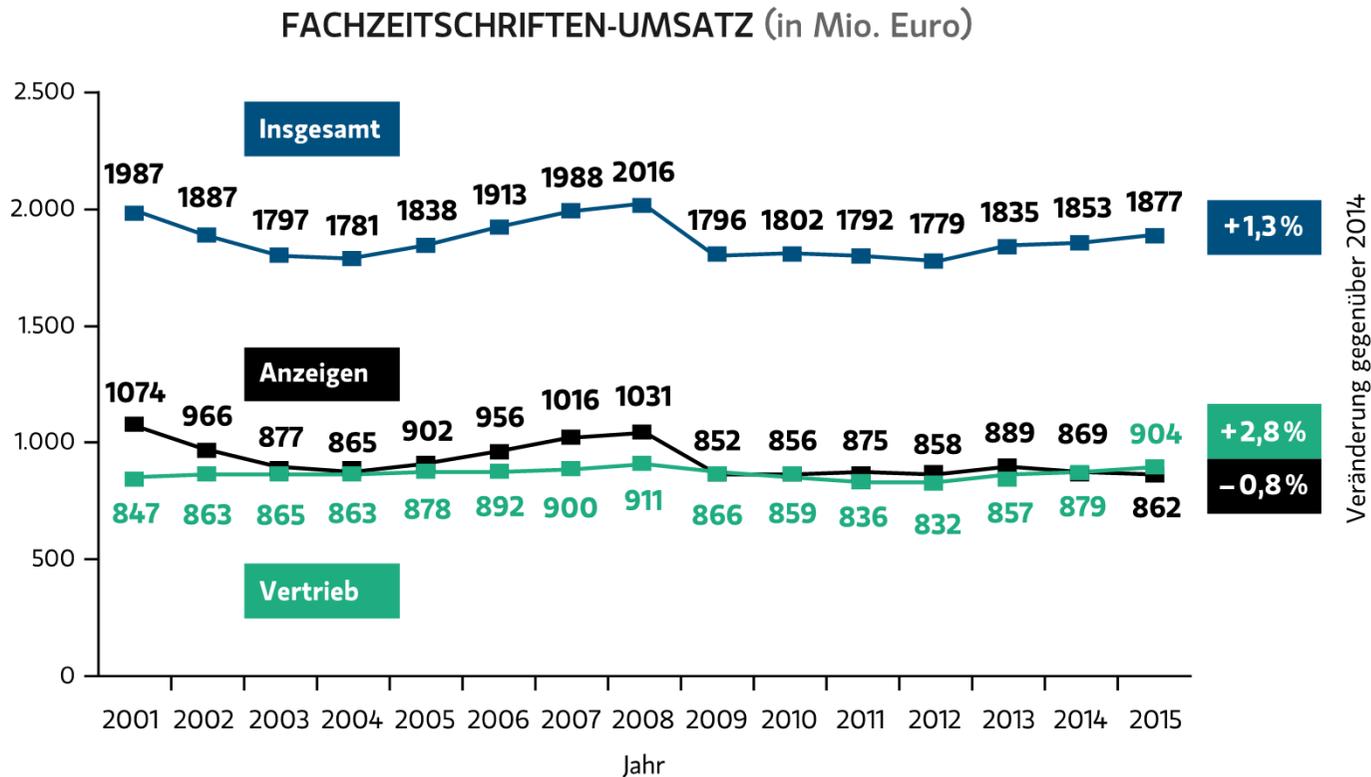
Verhaltener als im Vorjahr sind die Jahresergebniserwartungen: nur noch 28% der Verlage erwarten eine Verbesserung, während 24% von einer Verschlechterung ausgehen.

Im Vorjahr gingen 43% von einer Verbesserung des 2015er Jahresergebnisses aus, was sich ja auch nahezu erfüllt hat (siehe Seite 10). Nicht erfüllt hatten sich dagegen die Erwartungen im Hinblick auf eine Verschlechterung des Jahresergebnisses: nur 12% erwarteten für 2015 einen Rückgang, tatsächlich beklagten aber 32% ein geschrumpftes Jahresergebnis (siehe ebenfalls Seite 10).

# Fachzeitschriften

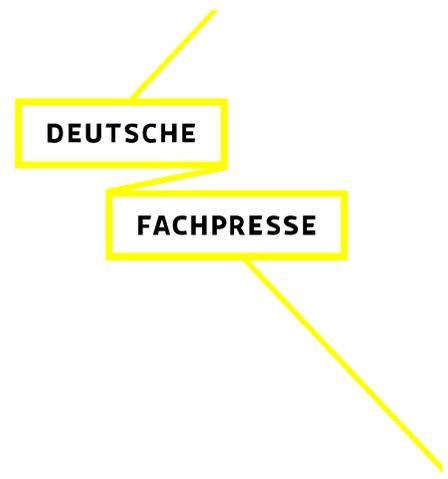
DEUTSCHE

FACHPRESSE

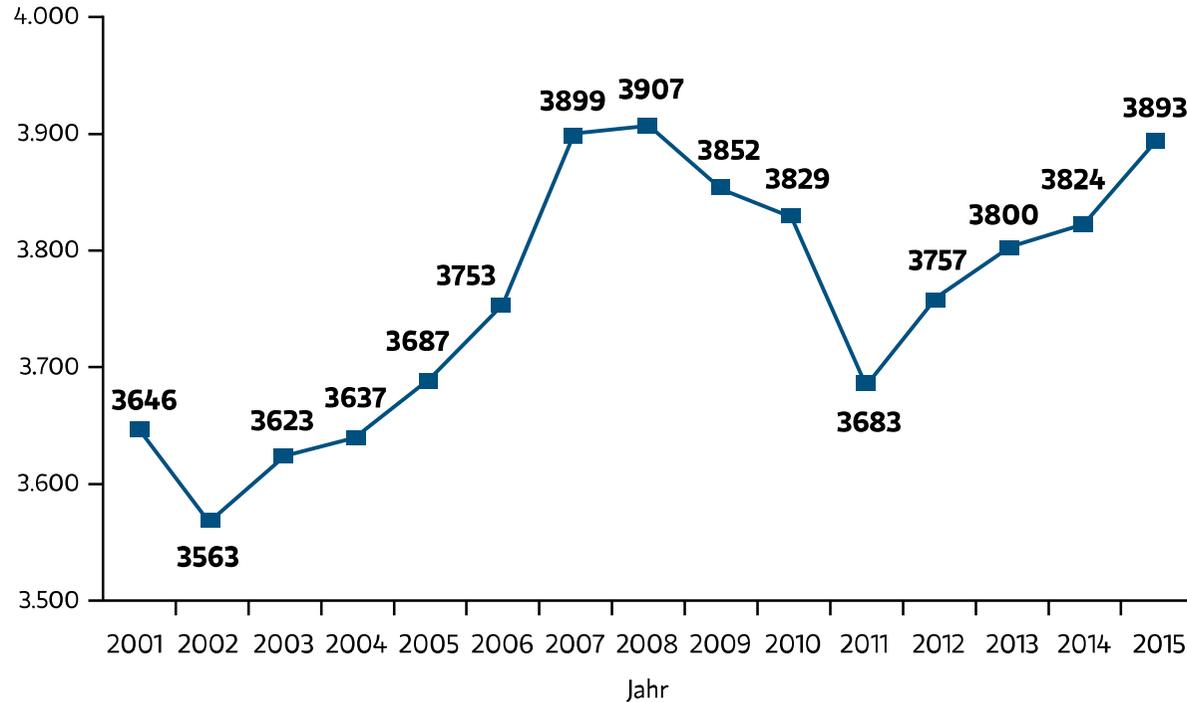


Mit einem Plus von 1,3% steigen die Fachzeitschriftenumsätze nur leicht stärker als im Vorjahr (1,0%). Einem Anstieg der Vertriebs Erlöse um 2,8% (Vorjahr 2,6%) steht erneut eine Schrumpfung der Anzeigenerlöse gegenüber, die allerdings mit -0,8% geringer ausfällt als im Vorjahr (-2,3%).

# Fachzeitschriften



ZAHL DER FACHZEITSCHRIFTENTITEL



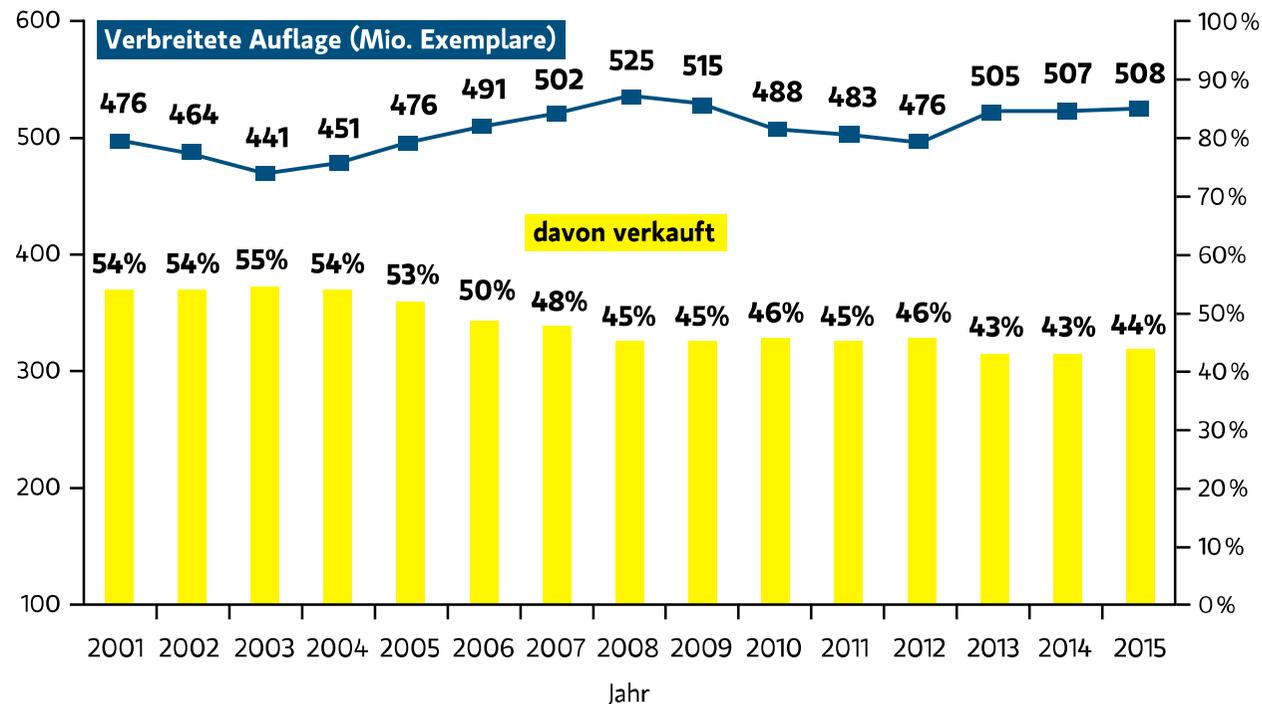
Auf 3893 steigt im Jahr 2015 die Zahl der aufgelegten Fachzeitschriftentitel. Per saldo sind damit 69 Titel (1,8%) hinzu gekommen.

# Fachzeitschriften

DEUTSCHE

FACHPRESSE

JAHRESAUFLAGE IN MIO. EXEMPLAREN



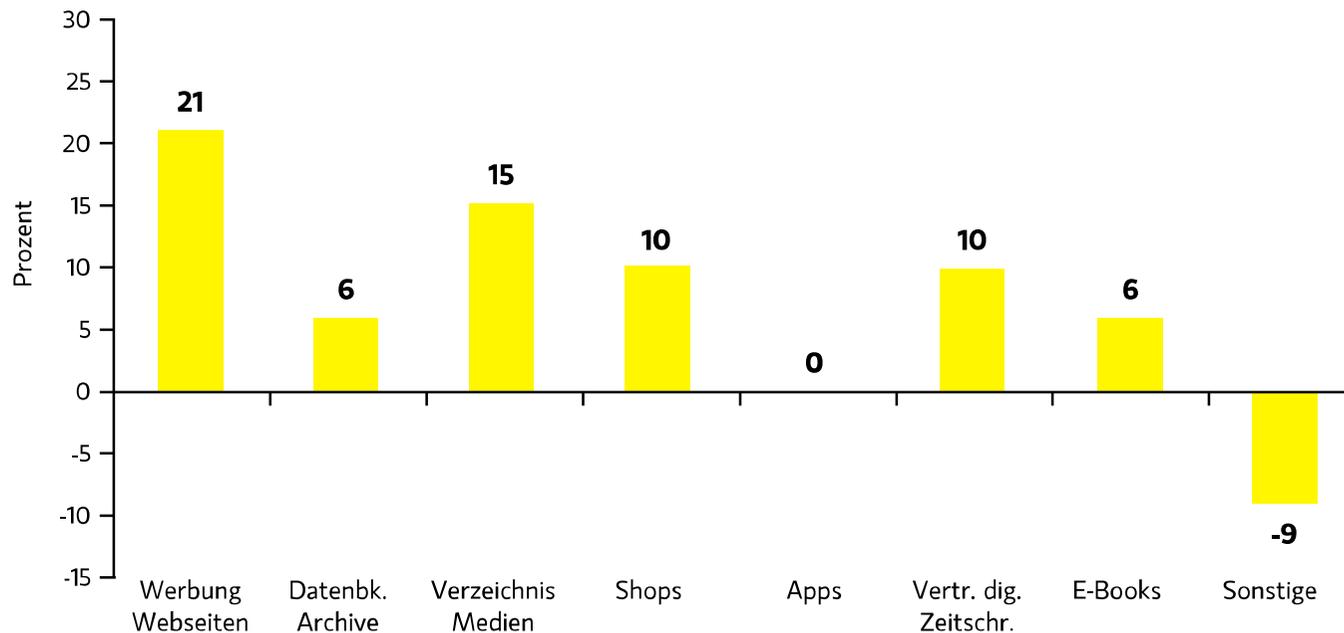
Die verbreitete Auflage wächst mit einer Rate von 0,3% ähnlich moderat wie im Vorjahr (0,4%). Da jedoch die verkaufte Auflage um 2,4% ausgeweitet werden konnte, steigt auch deren Anteil an der Gesamtauflage erstmals seit Jahren leicht von 43 auf 44%.

# Digitale Medien

DEUTSCHE

FACHPRESSE

WACHSTUMSRATEN DIGITALER MEDIEN IN PROZENT



Berechnungsgrundlage: Nicht hochgerechnete und z.T. geschätzte Angaben der Umfrageteilnehmer.

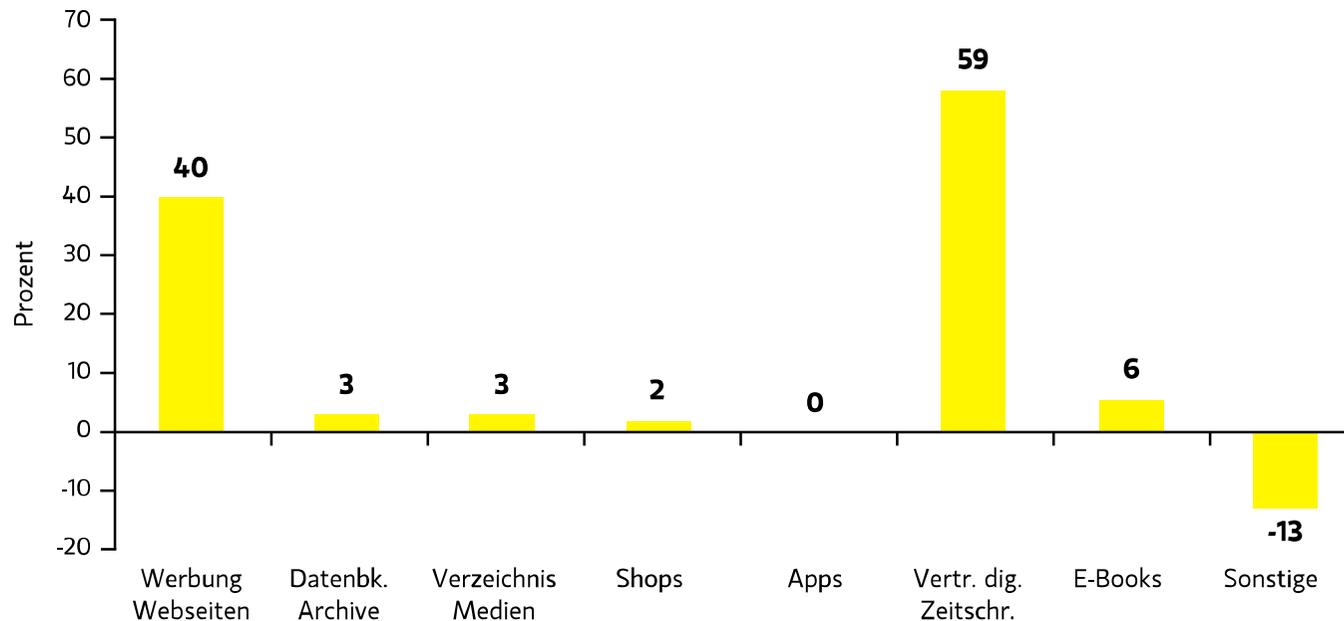
Mit 21% deutlich stärker als im Vorjahr (9%) wachsen die Werberlöse von Webseiten in 2015. E-Books dagegen wachsen mit 6% deutlich geringer als im Vorjahr (24%). Der Vertrieb digitaler Zeitschriften wächst mit 10% etwas stärker als zuvor (8%). Weiterhin deutlich konnten die Erlöse aus Verzeichnismedien und Shops gesteigert werden (15 bzw. 10%).

# Digitale Medien

DEUTSCHE

FACHPRESSE

## BEITRÄGE ZUM GESAMTWACHSTUM DIGITALER MEDIEN IN PROZENT



Berechnungsgrundlage: Nicht hochgerechnete und z.T. geschätzte Angaben der Umfrageteilnehmer. Die Säulen zeigen den geschätzten, nicht hochgerechneten Anteil der Medienarten am Wachstum des Umsatzes Digitaler Medien insgesamt. Sie ergeben in der Summe 100%.

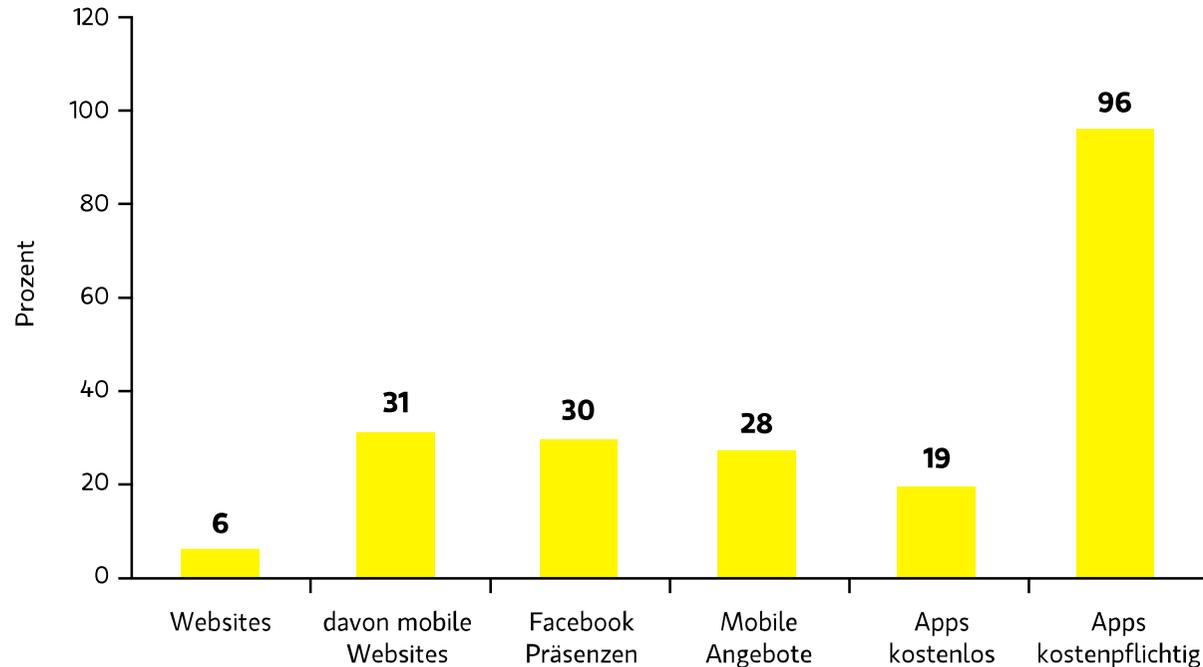
Wie im Vorjahr sind die Vertriebs Erlöse digitaler Zeitschriften und die Werbeerlöse von Webseiten die beiden wichtigsten Wachstumstreiber der Digitalen Medien. Während aber der Beitrag der digitalen Zeitschriften mit 59% in etwa dem Vorjahreswert (57%) entspricht, leisten die Webseitenwerbeerlöse mit 40% einen merklich höheren Beitrag als im Vorjahr (17%). Mit 6% niedriger als im Vorjahr (14%) fällt der Beitrag der E-Books aus.

# Digitale Medien

DEUTSCHE

FACHPRESSE

VERÄNDERUNGEN VON WEBPRÄSENZEN IN 2015 GEGENÜBER 2014

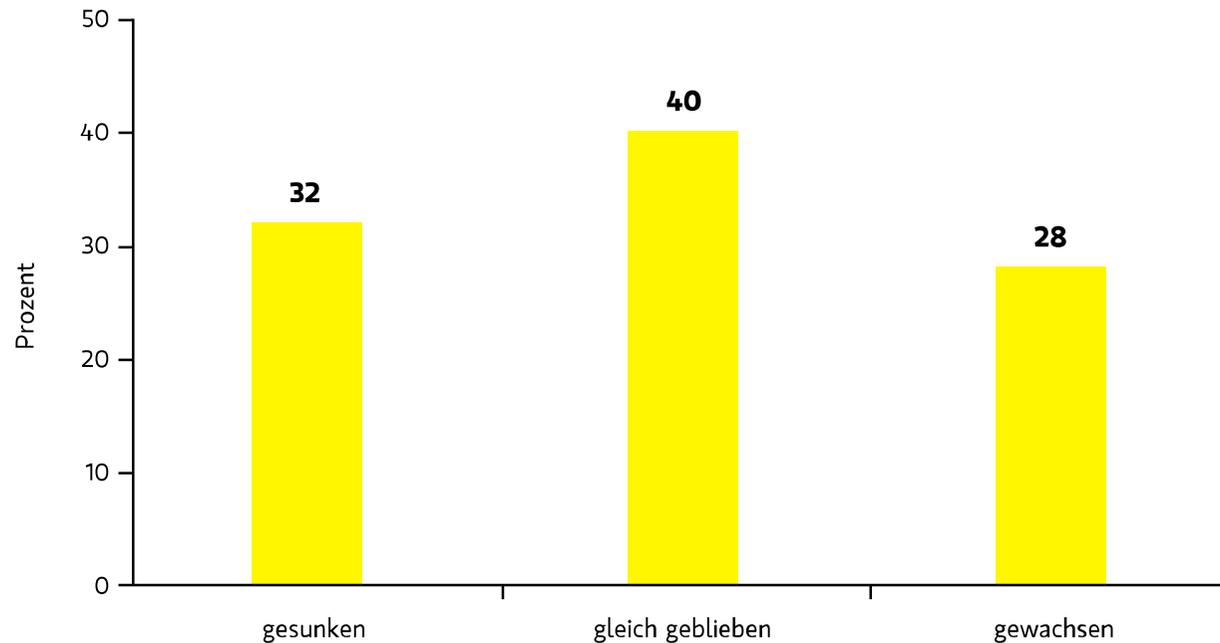


Berechnungsgrundlage: Nicht hochgerechnete und z.T. geschätzte Angaben der Umfrageteilnehmer.

Nach einem Rückgang der Websites im Vorjahr, wächst deren Zahl in 2015 um 6%. In 2015 wurde insbesondere die Zahl kostenpflichtiger Apps deutlich erhöht (+96%). Dies hat allerdings nicht zu einer nennenswerten Veränderung der entsprechenden Umsätze geführt. Demgegenüber hat sich das Wachstum kostenloser Apps nahezu halbiert (19 vs. 37%). Facebookpräsenzen und mobile Websites wachsen stärker als im Vorjahr.

# Mitarbeiterzahl

ENTWICKLUNG DER MITARBEITERZAHL IN 2015 GEGENÜBER 2014



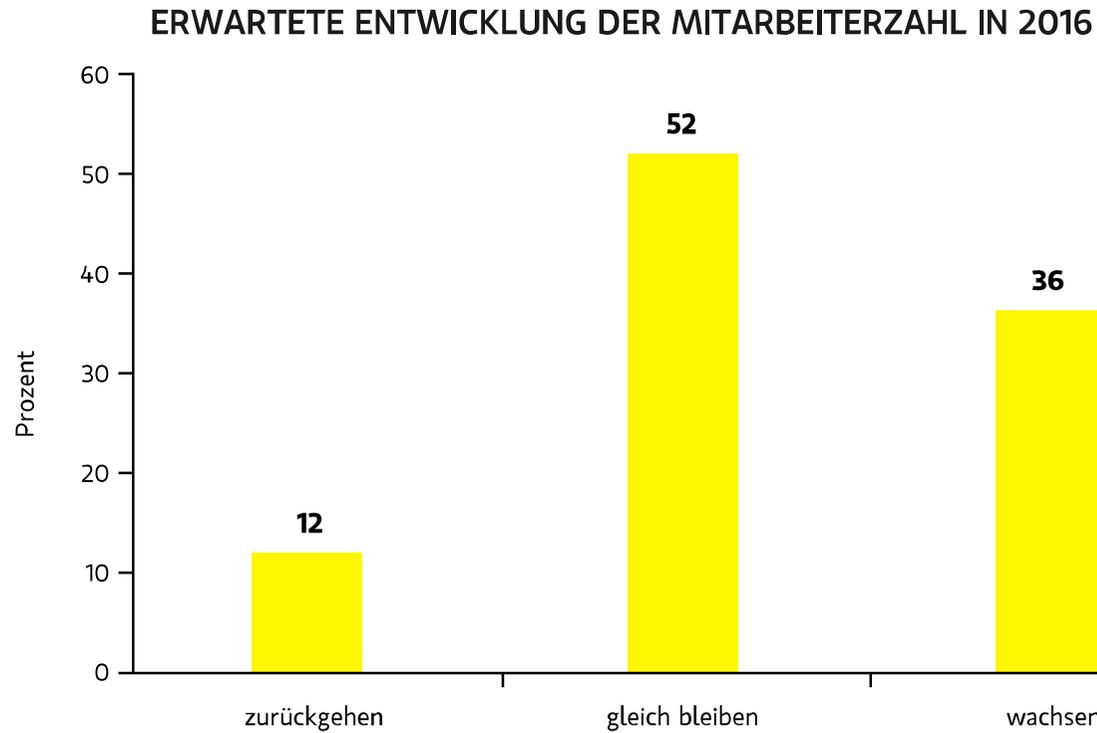
DEUTSCHE

FACHPRESSE

Im Vorjahr hatten 30% der Verlage für 2015 eine steigende Mitarbeiterzahl erwartet. Diese Erwartungen haben sich weitgehend erfüllt, da nun 28% der Verlage tatsächlich von einer Aufstockung ihres Personals berichten.

Demgegenüber hatten nur 21% der Verlage einen Personalrückgang erwartet, tatsächlich vermelden aber 32% für 2015 eine Schrumpfung ihrer Mitarbeiterzahl.

# Mitarbeiterzahl



DEUTSCHE

FACHPRESSE

Für das laufende Jahr 2016 befürchten nur 12% der Verlage einen Personal-rückgang, 36% dagegen erwarten einen Personalanstieg. Mehr als die Hälfte der Verlage erwartet eine gleich bleibende Mitarbeiterzahl.

DEUTSCHE

FACHPRESSE

## Fachpresse-Statistik 2015

Der Verein Deutsche Fachpresse ermittelt jährlich Kennziffern zum Fachmedienmarkt in Deutschland. Diese werden unter dem Titel „Fachpresse-Statistik“ veröffentlicht. Die Fachpresse-Statistik 2015 beruht auf einer Online-Befragung der Mitglieder der Deutschen Fachpresse im Zeitraum von Februar bis März 2016 anhand eines standardisierten Fragebogens. Auf Basis der verwertbaren Antworten wurde von Dr. Egon Bellgardt (Frankfurt am Main) eine Hochrechnung vorgenommen. Die Anonymität der Teilnehmer ist gewährleistet.

Möchten Sie sich an der nächsten Erhebung beteiligen?

Fragen dazu beantwortet:

Yvonne Barnes

Deutsche Fachpresse

Tel. 030 / 726298-140

Y.Barnes@vdz.de

DEUTSCHE

FACHPRESSE

## Impressum

### Fachpresse-Statistik 2015

Durchführung:

Dr. Egon Bellgardt, Wissenschaftliche Beratung von Unternehmen,  
Frankfurt am Main

Projektleitung:

Yvonne Barnes, Deutsche Fachpresse

Herausgeber:

Verein Deutsche Fachpresse

Interessenvertretung der Deutschen Fachverlage

[www.deutsche-fachpresse.de](http://www.deutsche-fachpresse.de)