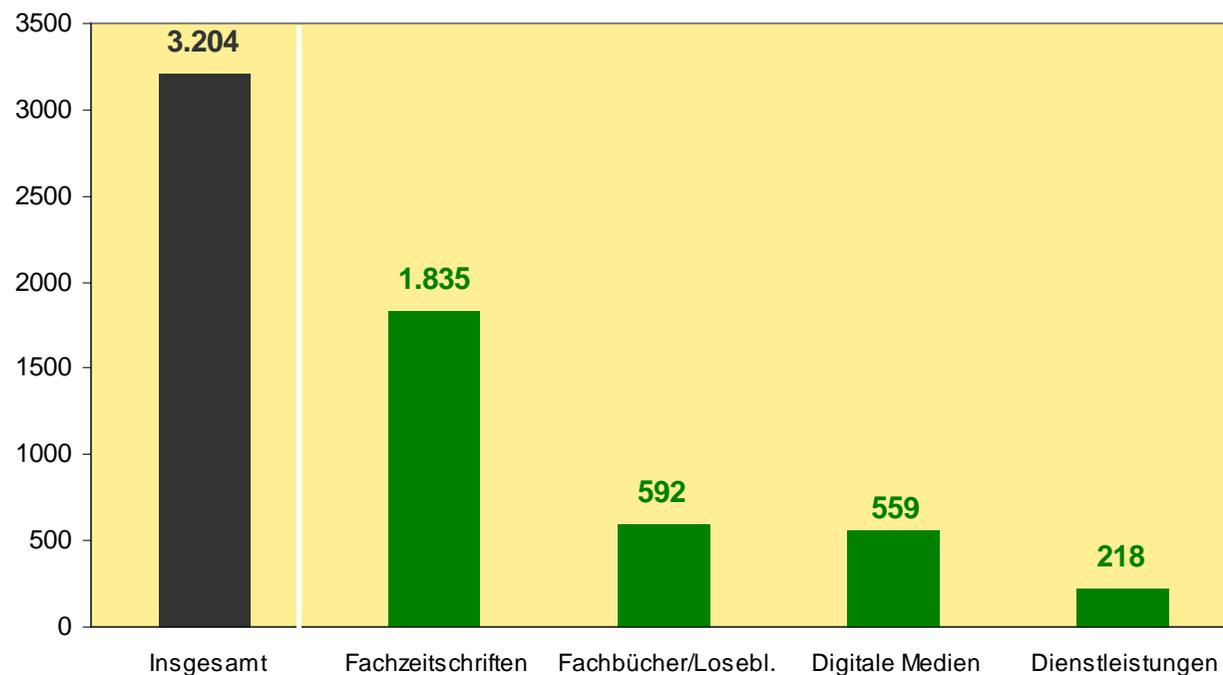


Fachpresse-Statistik 2013

Zahlen zum deutschen Fachmedienmarkt

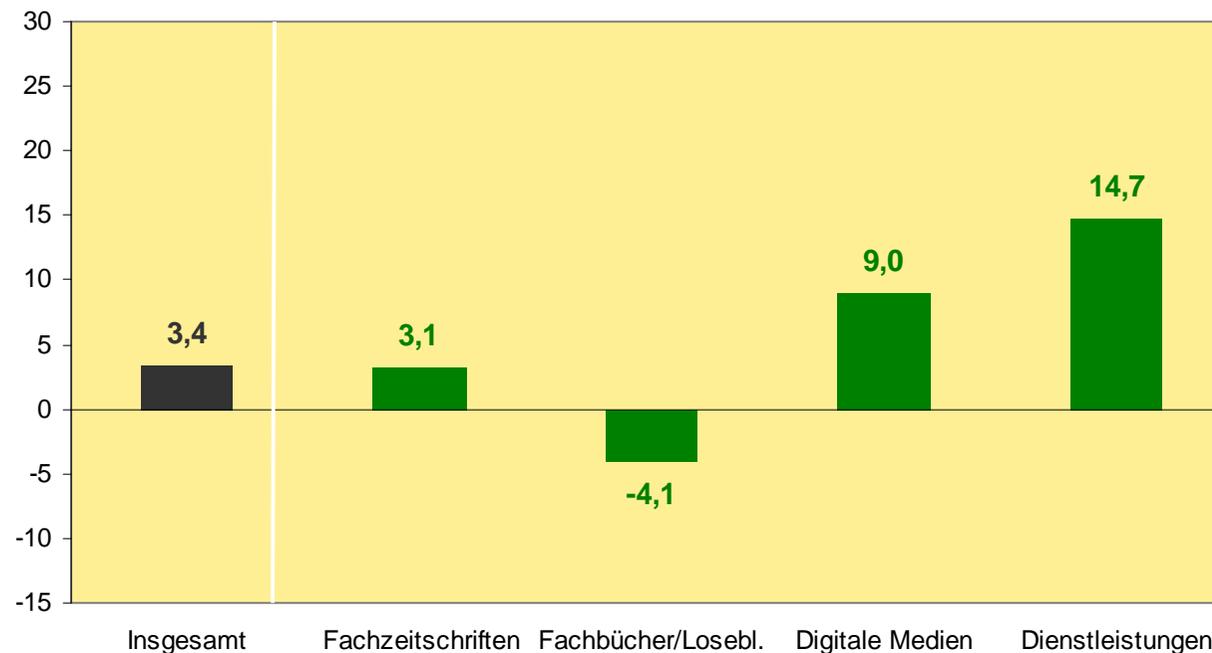
Fachmedien

Fachmedienumsätze im Jahr 2013 (in Mio. Euro)



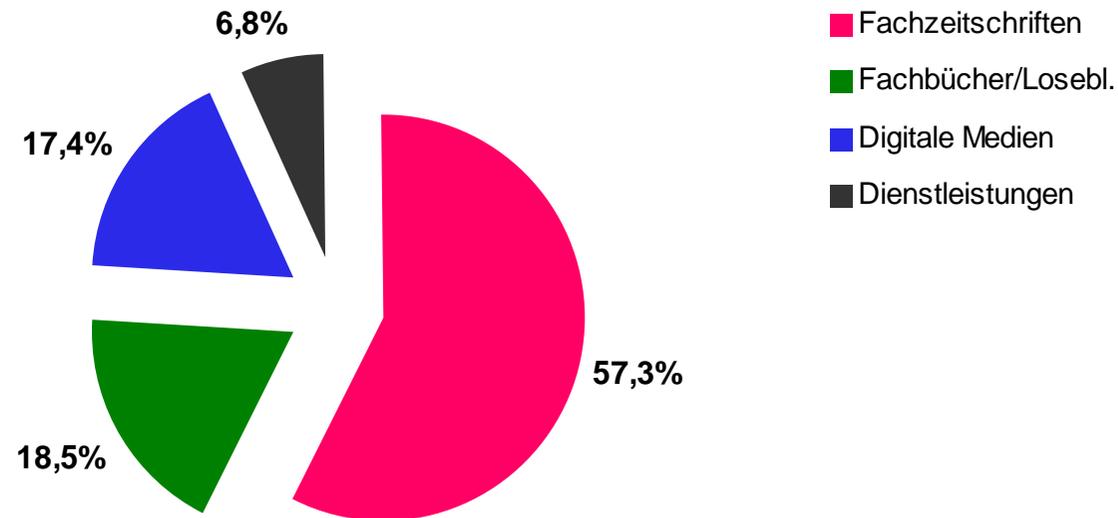
Im Jahr 2013 stieg der Gesamtumsatz der Deutschen Fachmedienhäuser um 3,4% auf 3,2 Mrd. Euro.

Veränderung der Fachmedienumsätze gegenüber 2012 (in %)



Nach Jahren des Rückgangs steigen die Fachzeitschriftenumsätze im Jahr 2013 um 3,1%. Mit -4,1% noch einmal stärker als im Vorjahr (-2,7%) schrumpfen dagegen die Fachbuch- und Loseblattumsätze. Mit einem Plus von 9,0% bleibt das Wachstum der Digitalen Medien auf hohem Niveau (Vorjahr +10,1%). Nach einem Rückgang in 2012 um 2,1% steigen die Dienstleistungsumsätze in 2013 deutlich um 14,7%.

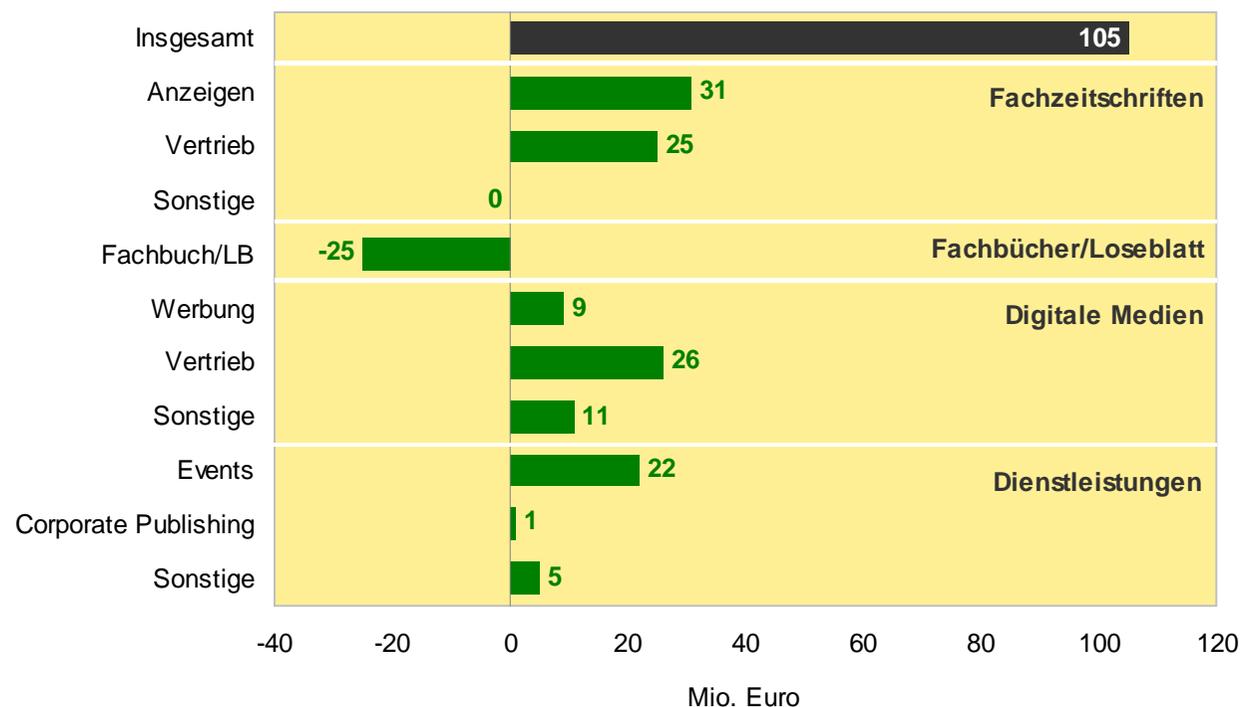
Struktur der Fachmedienumsätze 2013



Da die Fachzeitschriften in 2013 etwas schwächer wuchsen als die Gesamtumsätze, fällt deren Anteil am Gesamtumsatz leicht von 57,4 auf 57,3%. Fachbücher und Loseblätter machen nur noch 18,5% des Umsatzes aus (Vorjahr 19,9%). Der Anteil Digitaler Medien steigt von 16,6 auf 17,4%. Nach einem Vorjahresrückgang auf 6,1% steigt der Dienstleistungsanteil in 2013 wieder an und erreicht 6,8% der Gesamtumsätze.

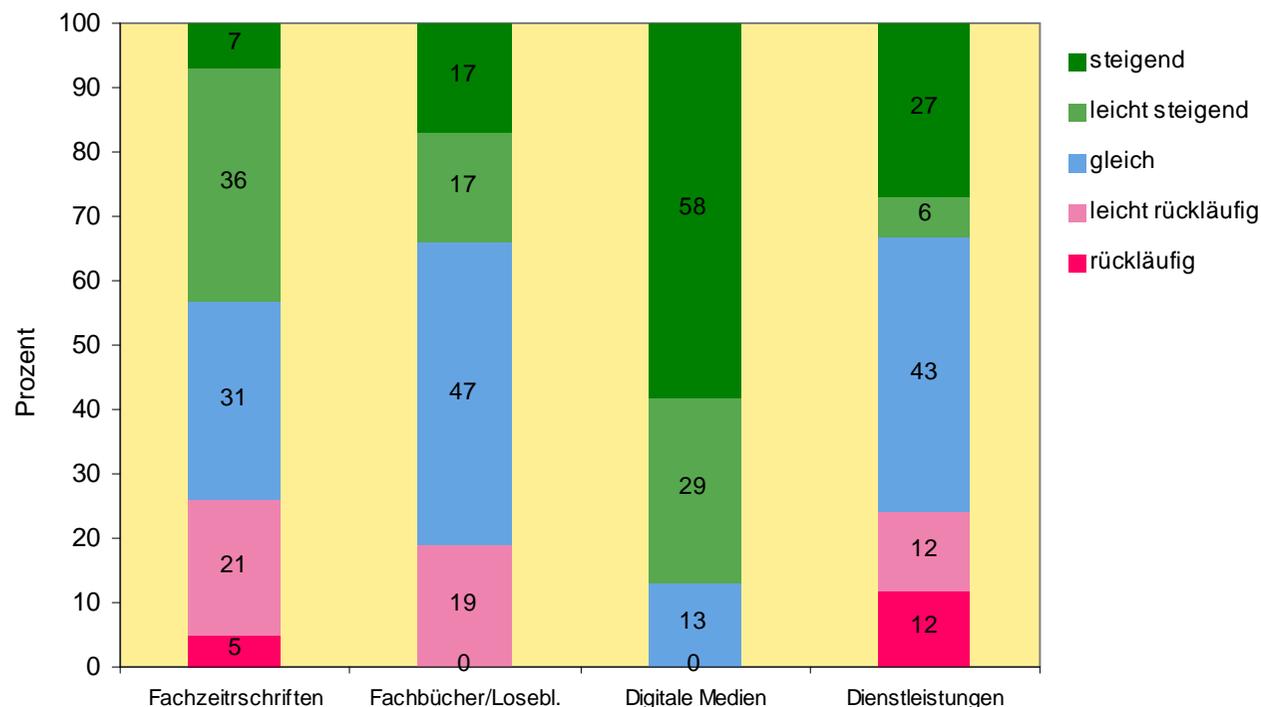
Fachmedien

Beiträge der Medienkategorien zum Gesamtwachstum (in Mio. Euro)



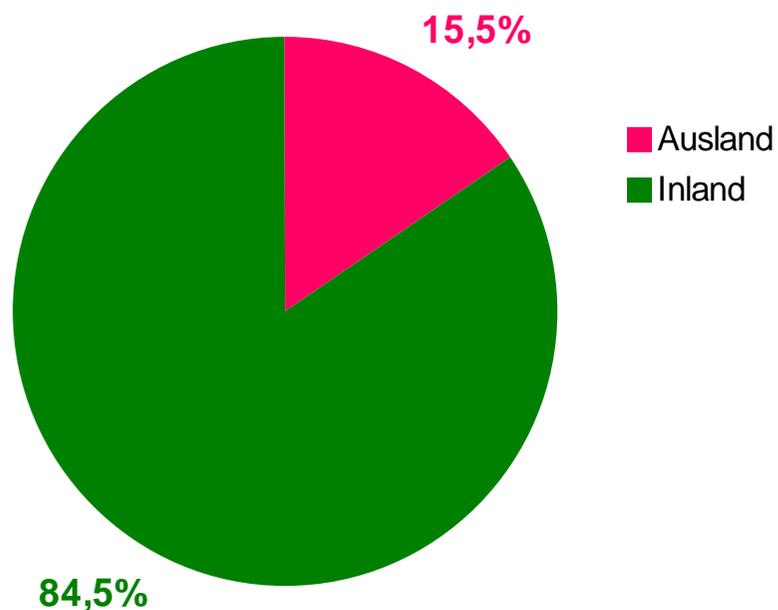
Die gesamten Fachmedienumsätze steigen in 2013 gegenüber dem Vorjahr um 105 Mio. Euro. Bis auf die Fachbücher (-25 Mio. Euro) leisten dazu alle wichtigen Medienkategorien einen positiven Beitrag. Der höchste Einzelbeitrag geht von den Anzeigenumsätzen der Fachzeitschriften aus (+31 Mio. Euro). Es folgen die Vertriebsumsätze Digitaler Medien mit einem Plus von 26 Mio. Euro und das Vertriebsgeschäft der Fachzeitschriften (+25 Mio. Euro). Auch die Eventumsätze leisten mit 22 Mio. Euro einen merklichen Beitrag zum gesamten Umsatzwachstum.

Umsatzerwartungen für 2014



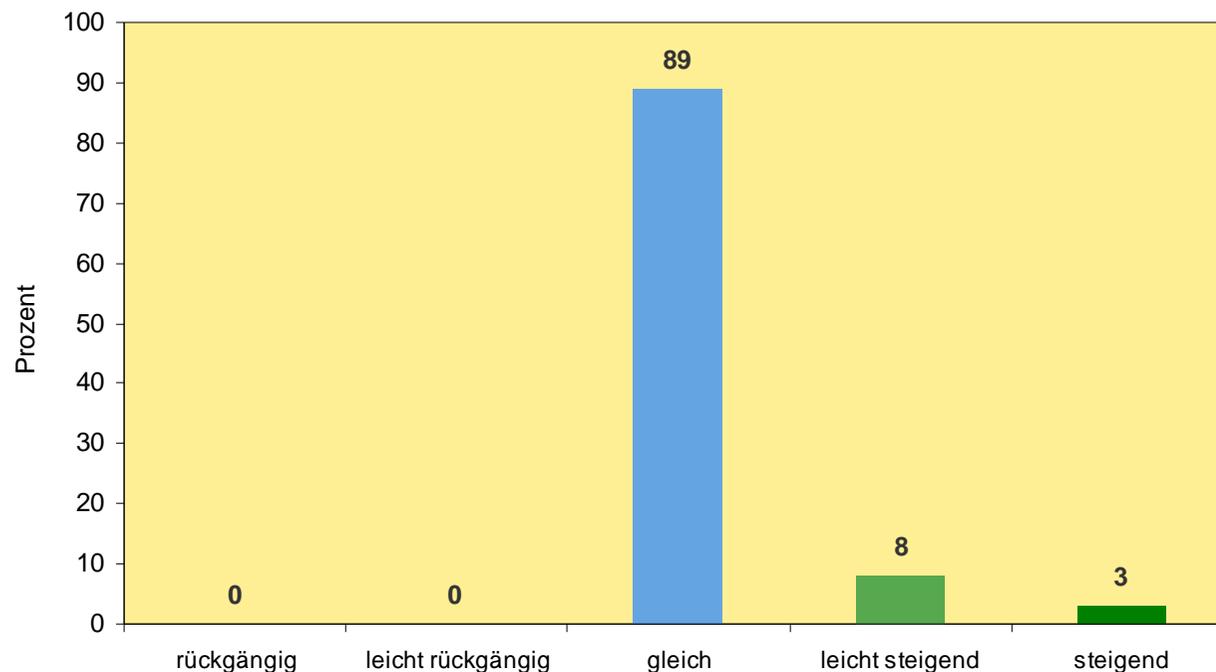
Die Umsatzerwartungen für 2014 fallen insgesamt nur etwas ungünstiger aus als die Erwartungen für 2013 aus der Vorjahresbefragung. Bei den Fachzeitschriften und bei den Fachbüchern hat insbesondere der Anteil derer zugenommen, die eine Umsatzstagnation erwarten. Dies geschah vor allem zu Lasten derer, die von einem Umsatzplus ausgehen. Bei den Fachzeitschriften erwarten aber immer noch 43% der Verlage eine erneute Verbesserung (Vorjahr 54%). Bei den Digitalen Medien gehen dagegen nunmehr 87% von einem weiteren Umsatzanstieg aus (Vorjahr 70%).

Auslandsanteil am gesamten Fachmedienumsatz 2013



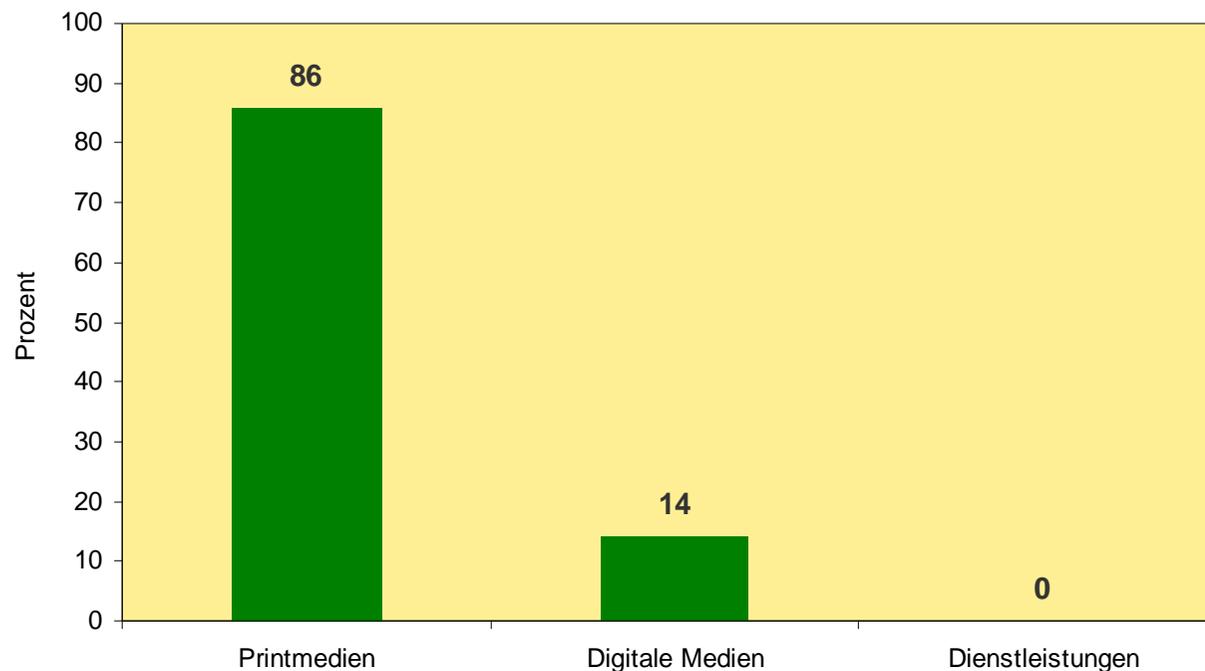
Die schon in den letzten Jahren beobachtete ansteigende Bedeutung des Auslandsgeschäftes setzt sich auch in 2013 fort: Der Anteil des Auslandsumsatzes am gesamten Fachmedienumsatz steigt von 14,5 auf 15,5%.

Auslandsgeschäftserwartungen für 2014



Fast neun von zehn Fachmedienhäusern erwarten für 2014 ein gleich bleibendes Auslandsgeschäft. Knapp einer von zehn Verlagen erwartet dagegen einen Anstieg. Genauso wie in der Vorjahresbefragung rechnet keiner der Verlage mit einem Rückgang der Auslandsumsätze.

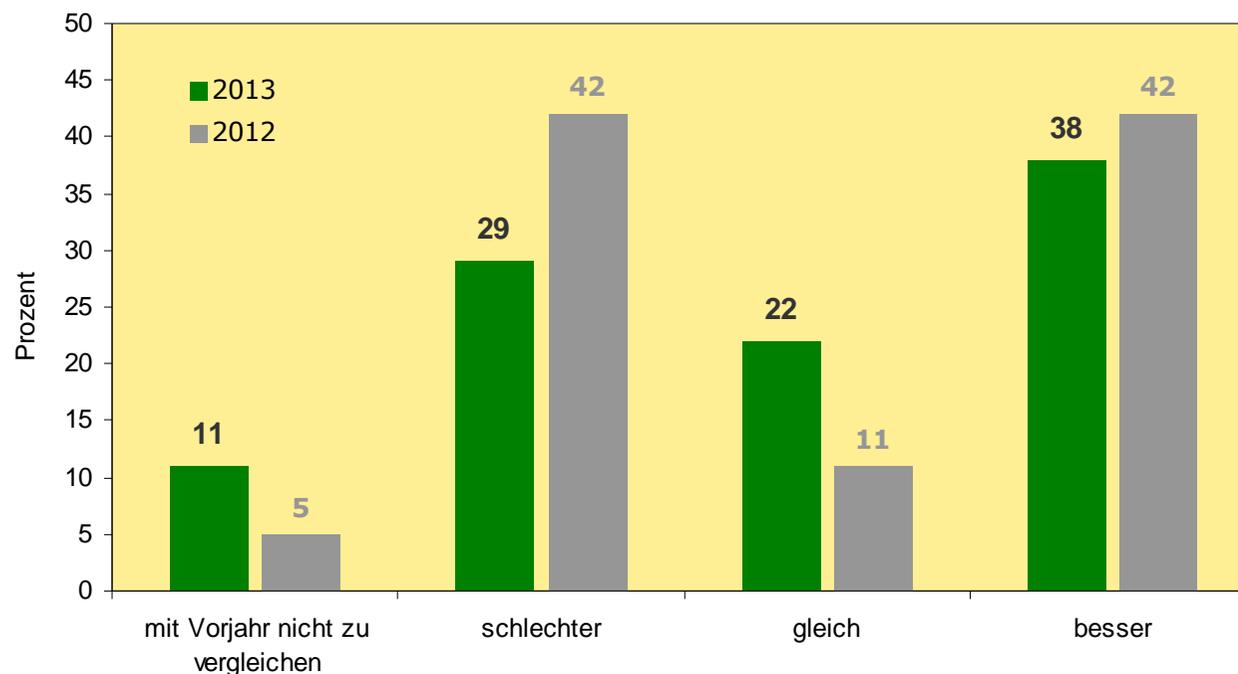
Wichtigste Angebotsform des Auslandsgeschäfts 2013



Printmedien sind auch in 2013 die wichtigste Angebotsform des Auslandsgeschäfts der Verlage. Die Bedeutung der Digitalen Medien ist gegenüber dem Vorjahr leicht gestiegen.

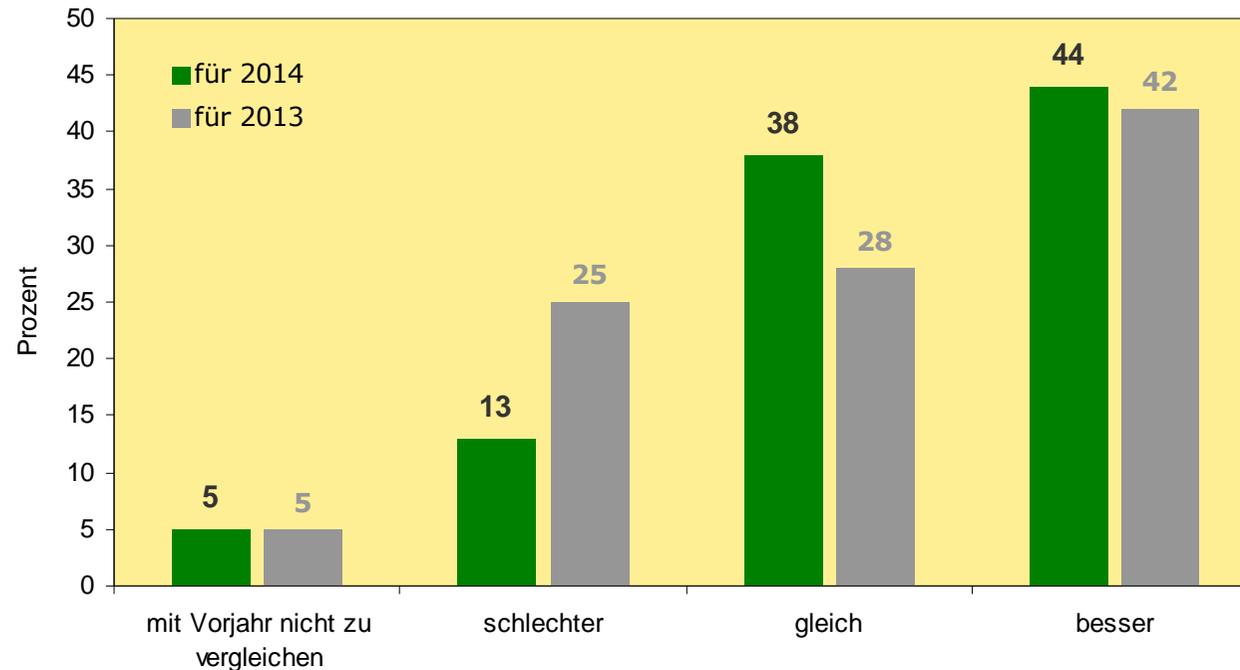
Wichtigster Auslandsmarkt ist weiterhin mit deutlichem Abstand Westeuropa: hier sind 88% der Verlage mit Auslandsgeschäft tätig. Daneben nennen 6% Osteuropa und Russland sowie weitere 6% Asien und den Nahen Osten.

Entwicklung des Jahresergebnisses



In 2013 blicken mit 38% etwas mehr Verlage auf ein verbessertes als auf ein verschlechtertes Jahresergebnis zurück (29%). (In der Vorjahresbefragung hielten sich die positiven und die negativen Einschätzungen mit jeweils 42% noch die Waage.) In den meisten Verlagen dürften sich damit die in der Vorjahresbefragung formulierten Erwartungen für 2013 erfüllt haben: Damals erwarteten 42% für 2013 eine Verbesserung und 25% eine Verschlechterung (vgl. Folie 11).

Jahresergebniserwartungen

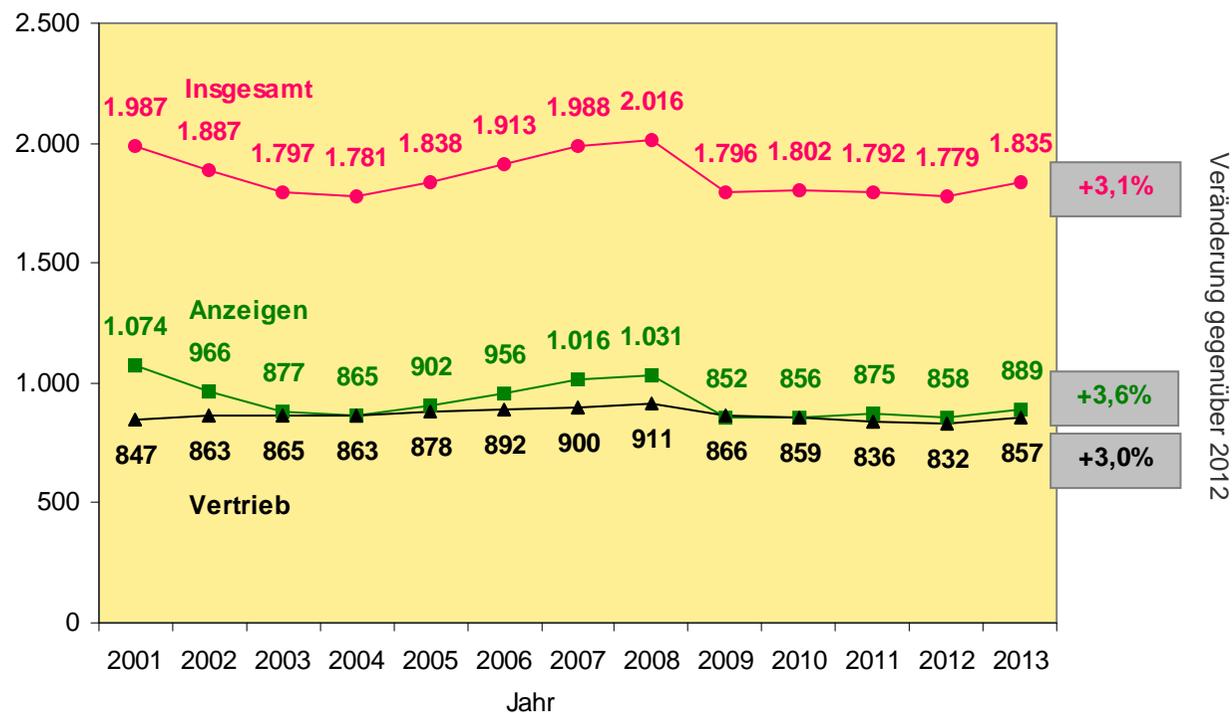


Noch günstiger als die Jahresergebnisbeurteilung für 2013 fallen die Jahresergebniserwartungen für das laufende Jahr 2014 aus: Mehr als vier von zehn Verlagen erwarten eine Verbesserung und nur etwa jeder achte Verlag erwartet eine Verschlechterung.

Diese Erwartungen sind damit insgesamt günstiger als sie im Vorjahr für das Jahr 2013 formuliert wurden.

Fachzeitschriften

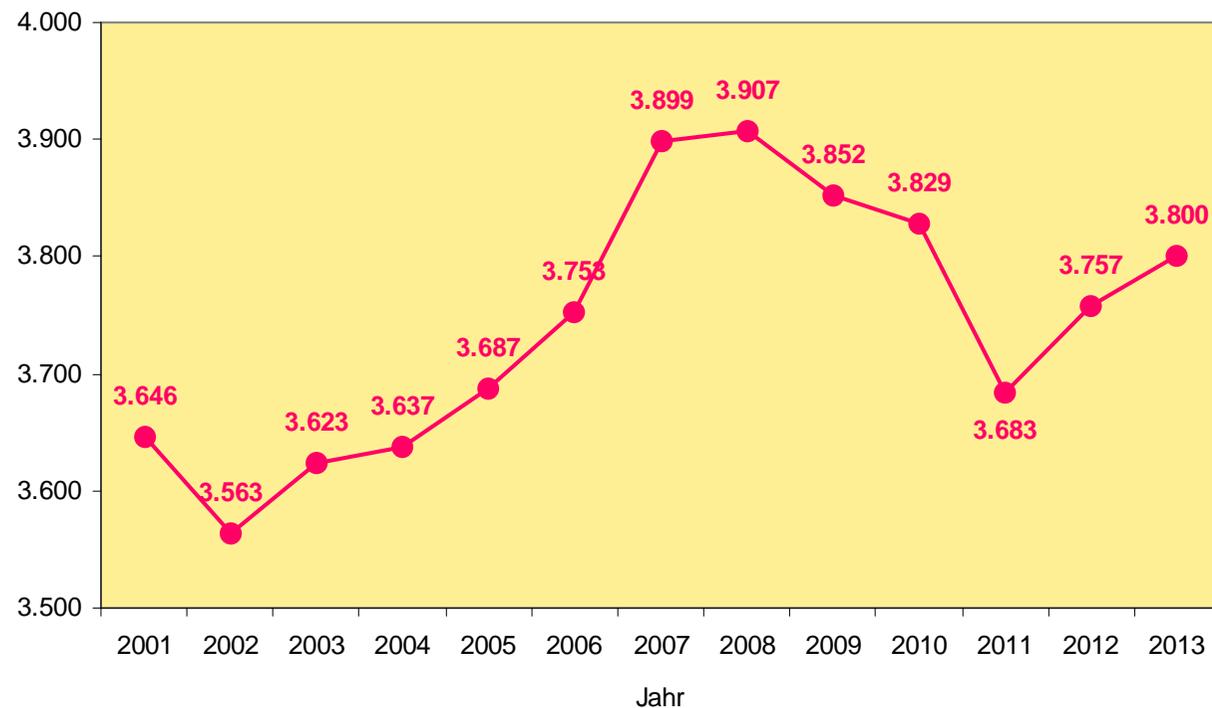
Fachzeitschriften-Umsatz in Mio. Euro



Nach einem Rückgang in 2012 um 0,7% steigt der Fachzeitschriften-Umsatz in 2013 um 3,1%. Ein Wachstum ergibt sich sowohl bei den Anzeigenumsätzen (+3,6%) als auch bei den Vertriebsumsätzen (+3,0%).

Fachzeitschriften

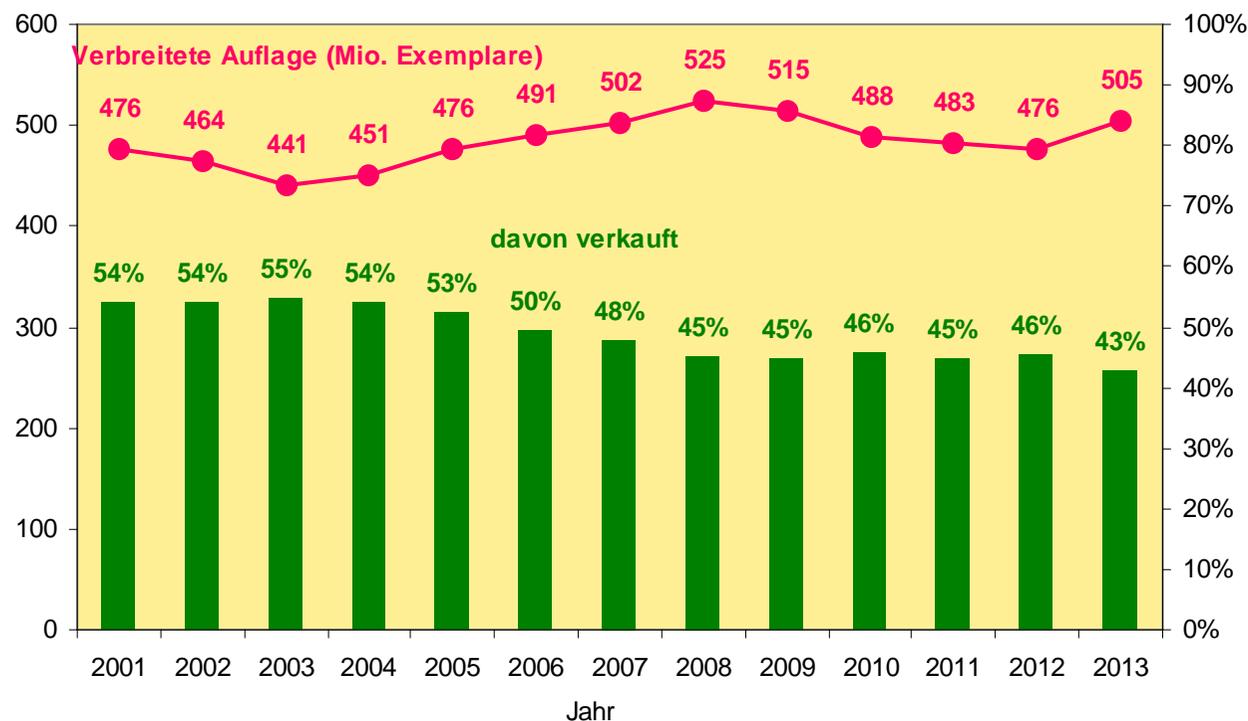
Zahl der Fachzeitschriftentitel



Der Anstieg der Titelzahl aus dem Jahr 2012 (74 Titel bzw. 2,0%) setzt sich leicht abgeschwächt auch in 2013 fort: Die Gesamtzahl aufgelegter Titel steigt um 43 oder 1,2%.

Fachzeitschriften

Jahresauflage in Mio. Exemplaren

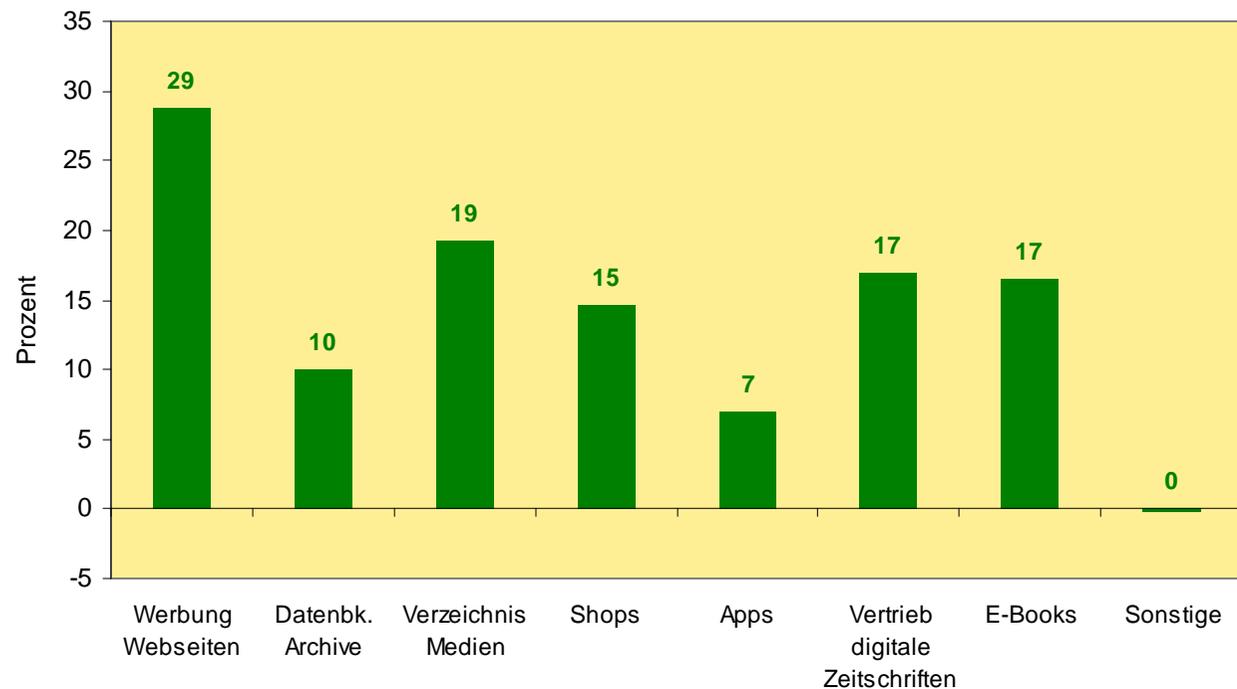


Nach mehreren Jahren rückläufiger Auflagen steigt die verbreitete Auflage in 2013 um 4,6% auf 505 Mio. Exemplare.

Der Anteil der verkauften an der verbreiteten Auflage fällt von 46 auf 43% und erreicht damit seinen niedrigsten Stand im hier gezeigten Befragungszeitraum.

Digitale Medien

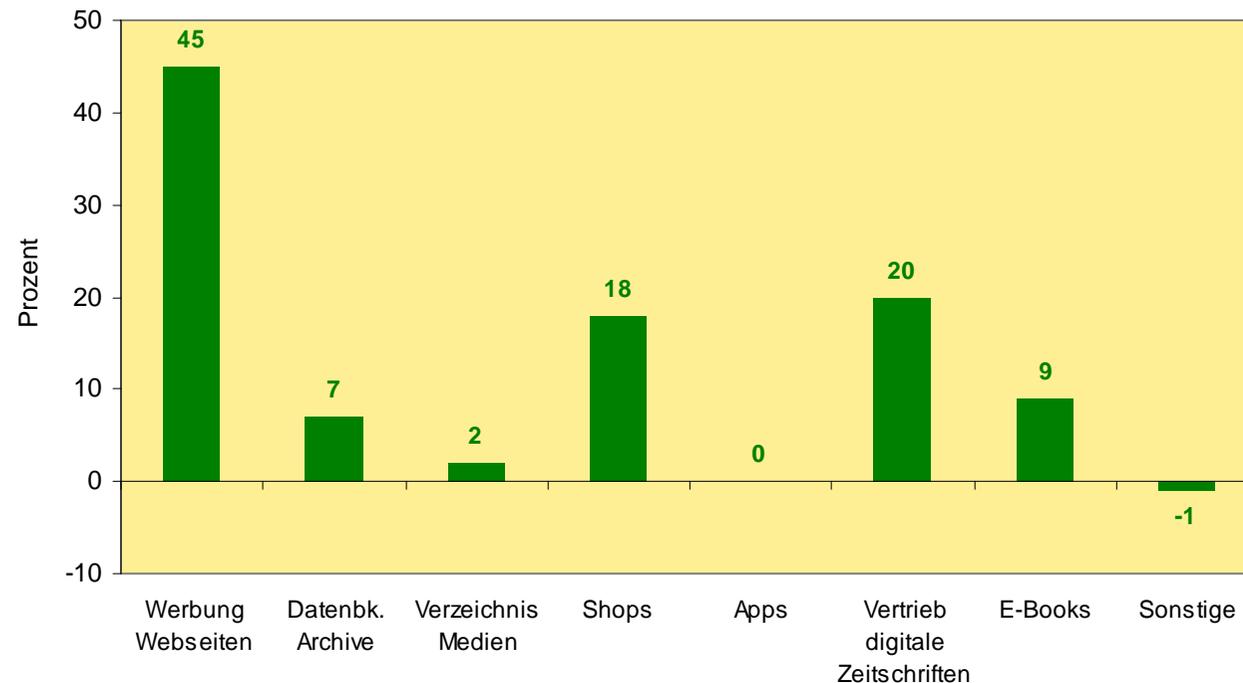
Wachstumsraten Digitaler Medien in Prozent



Die Wachstumsraten der verschiedenen Arten Digitaler Medien streuen in 2013 weniger stark als in 2012. Umsätze mit Verzeichnismedien steigen um 19% (Vorjahr noch 62%). Die App-Umsätze steigen im Unterschied zum Vorjahr (+54%) nur noch um moderate 7%. Die Wachstumsrate der Werbeeinnahmen von Webseiten hat sich gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt: von 14% auf 29%. E-Book-Umsätze und Umsätze digitaler Zeitschriften wachsen um jeweils 17%.

Digitale Medien

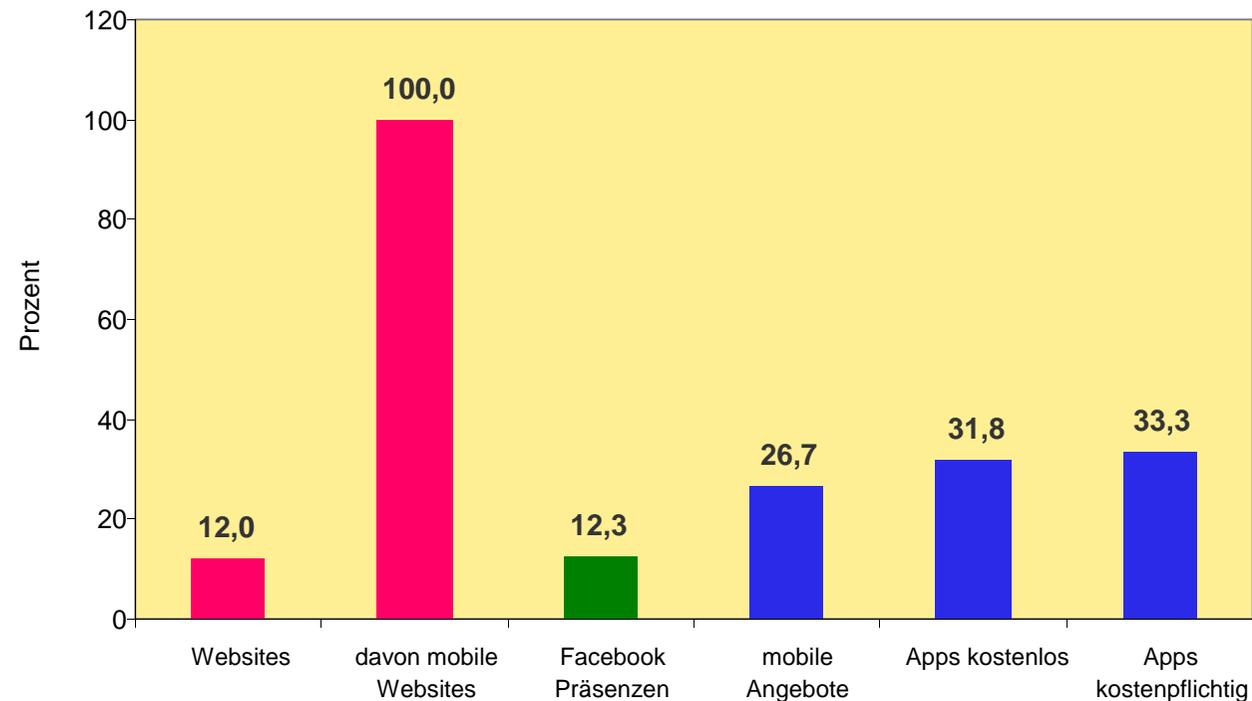
Beiträge zum Gesamtwachstum Digitaler Medien in Prozent



Die Säulen zeigen den Anteil der Medienarten am Wachstum des Umsatzes Digitaler Medien insgesamt. Sie ergeben in der Summe 100%. Danach entfällt in 2013 fast die Hälfte des Umsatzwachstums Digitaler Medien auf die Werbeumsätze von Webseiten (Vorjahr 24%). Es folgen die Vertriebsumsätze digitaler Zeitschriften, die einen Beitrag von 20% leisten, aber im Vorjahr mit einem Beitrag von 63% das Umsatzwachstum noch ganz maßgeblich prägten. Zugenommen hat dagegen die Bedeutung von Shops (18%; Vorjahr nur 3%) und von E-Books (9%; Vorjahr -1%).

Digitale Medien

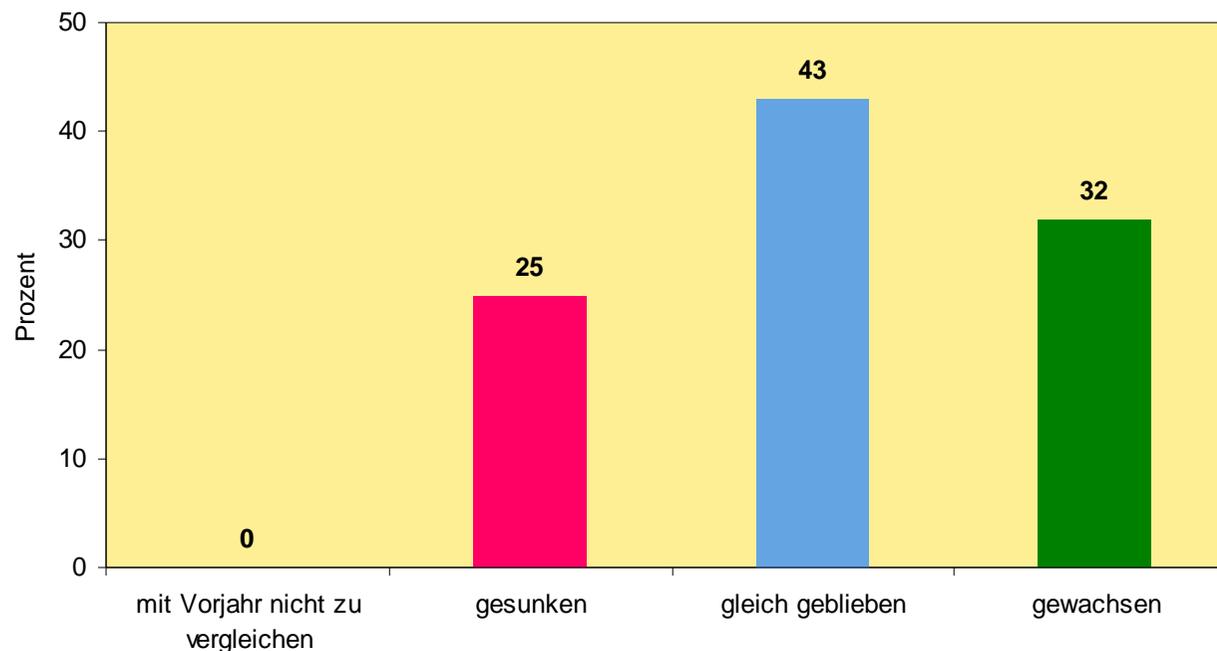
Veränderungsraten von Webpräsenzen in 2013 gegenüber 2012



Das Chart zeigt, dass alle Formen von Webpräsenzen in 2013 weiter ausgebaut wurden. Wie im letzten Jahr (+67,5%) aber mit noch einmal etwas höherer Dynamik stieg die Anzahl von für die mobile Nutzung optimierten Websites. Die Zahl der Facebook-Präsenzen stieg um vergleichsweise moderate 12,3% (Vorjahr noch 54,7%). Um ein Drittel stieg die Zahl kostenpflichtiger Apps, die im Vorjahr um lediglich 10,5% ausgebaut wurden. Die Zahl der Websites insgesamt wuchs um 12,0% und damit ganz ähnlich wie im Vorjahr (+12,6%).

Mitarbeiterzahl

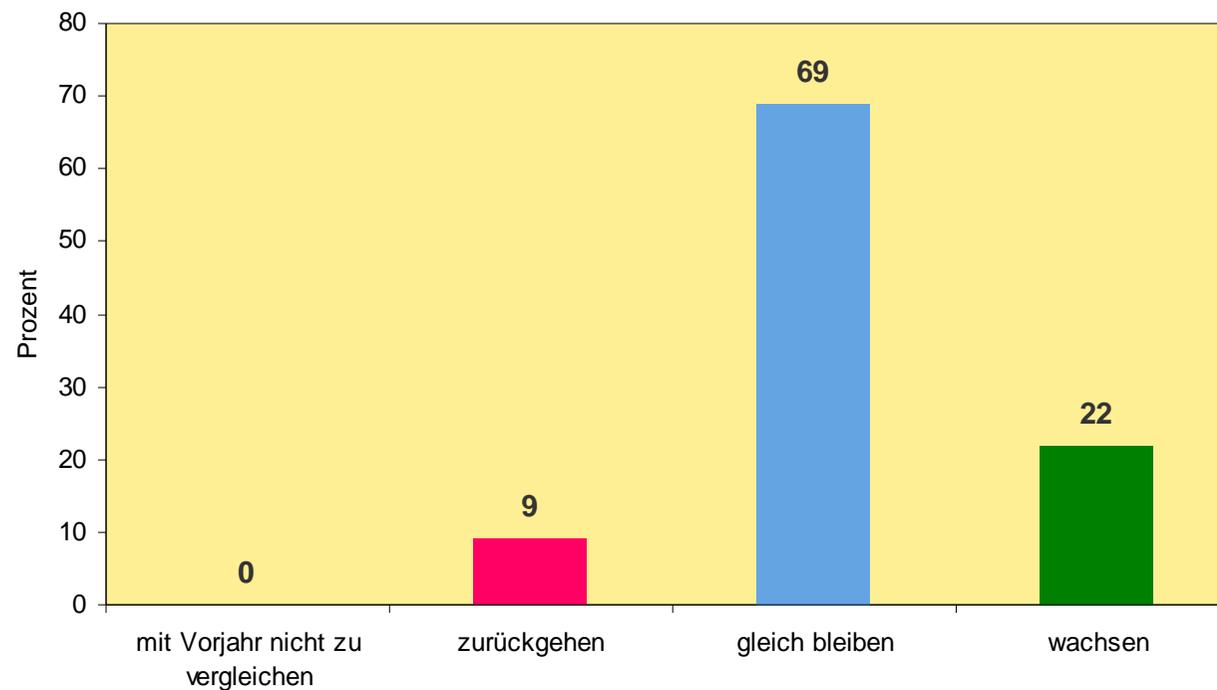
Entwicklung der Mitarbeiterzahl in 2013 gegenüber 2012



Etwas ungünstiger als im Vorjahr war die Entwicklung der Mitarbeiterzahl in 2013: noch 32% der Verlage meldeten einen Personalzuwachs (Vorjahr 42%), während ein Viertel Personal abbaute (Vorjahr etwa ein Fünftel).

Mitarbeiterzahl

Erwartete Entwicklung der Mitarbeiterzahl in 2014



Für das laufende Jahr 2014 gehen rund sieben von zehn Verlagen von einem gleich bleibenden Personalstand aus, etwa jeder fünfte Verlag plant, neue Mitarbeiter einzustellen und nur etwa jeder zehnte Verlag befürchtet einen Rückgang der Mitarbeiterzahl.

Fachpresse-Statistik 2013

Der Verein Deutsche Fachpresse ermittelt jährlich Kennziffern zum Fachmedienmarkt in Deutschland. Diese werden unter dem Titel „Fachpresse-Statistik“ veröffentlicht. Die Fachpresse-Statistik 2013 beruht auf einer Online-Befragung der Mitglieder der Deutschen Fachpresse im Zeitraum von Februar bis März 2014 anhand eines standardisierten Fragebogens. Auf Basis der verwertbaren Antworten wurde vom Institut Bellgardt + Behr (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

barnes@deutsche-fachpresse.de

Impressum

Fachpresse-Statistik 2013

Durchführung:
Institut Bellgardt + Behr, Frankfurt am Main

Projektleitung:
Yvonne Barnes, Deutsche Fachpresse

Herausgeber:
Verein Deutsche Fachpresse
Interessenvertretung der Deutschen Fachverlage
www.deutsche-fachpresse.de

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