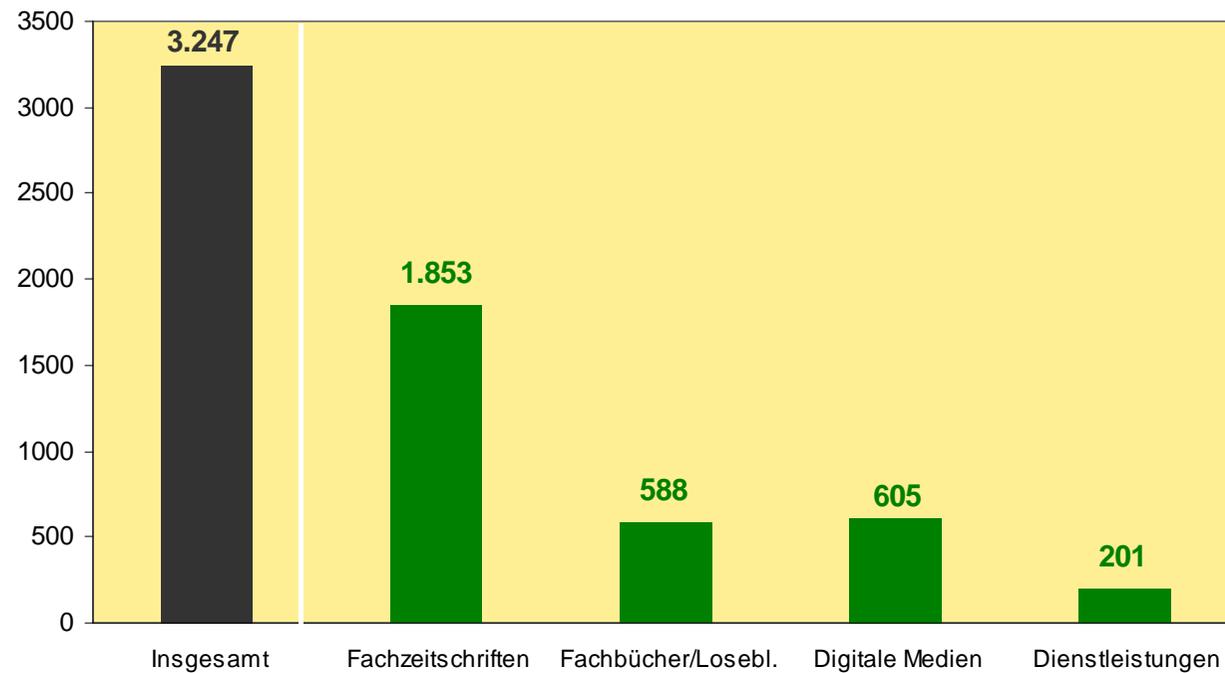


Fachpresse-Statistik 2014

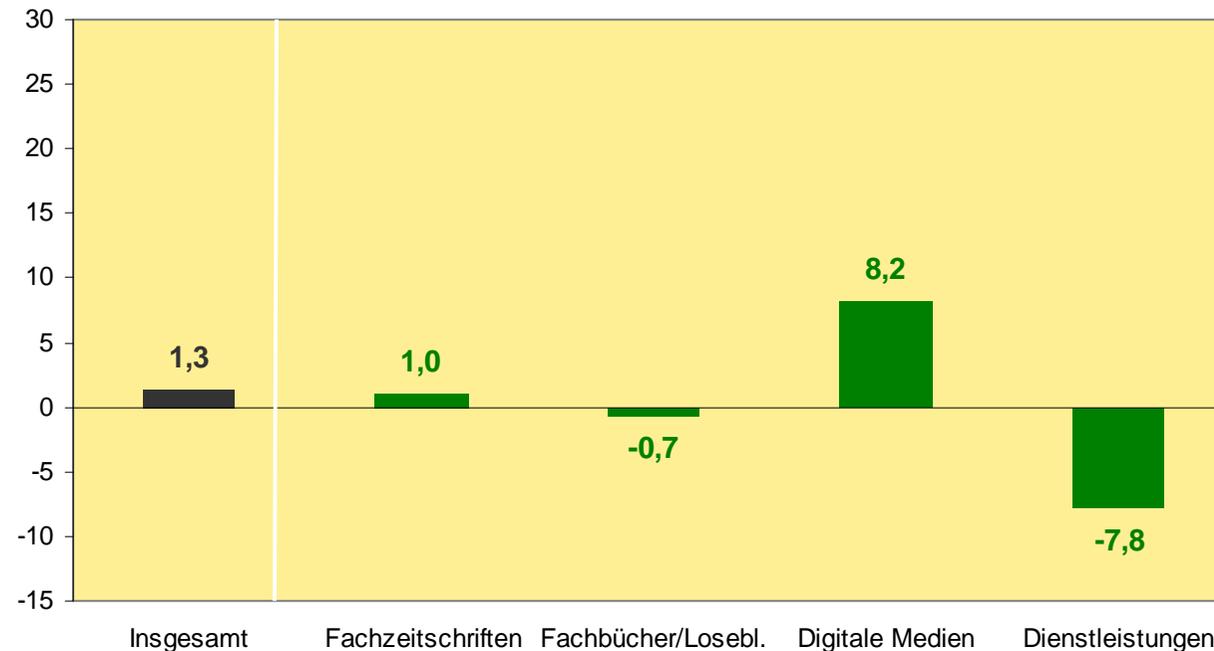
Zahlen zum deutschen Fachmedienmarkt

Fachmedienumsätze im Jahr 2014 (in Mio. Euro)



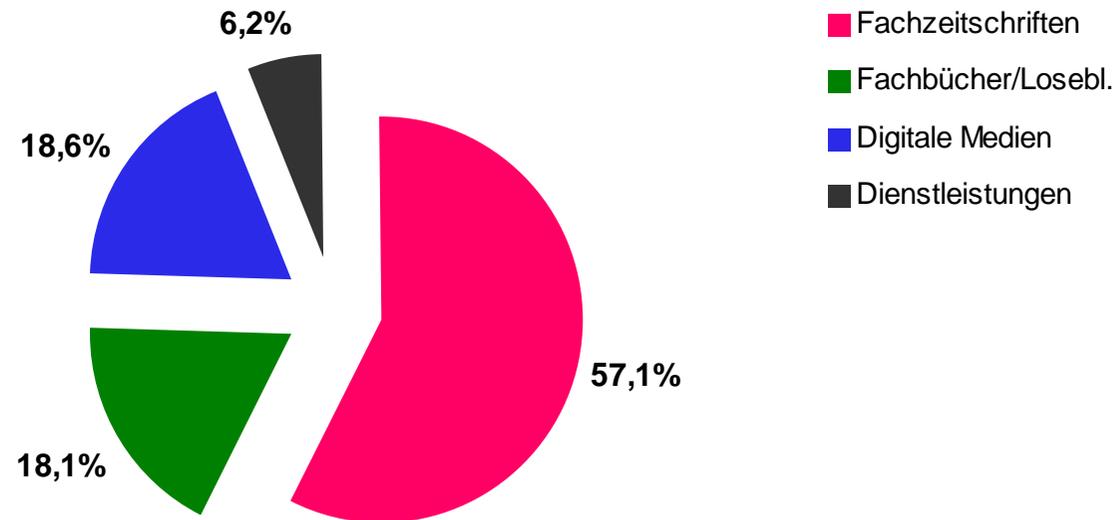
Im Jahr 2014 steigt der Gesamtumsatz der Deutschen Fachmedienhäuser um 43 Mio. Euro (1,3%) auf rund 3,25 Mrd. Euro.

Veränderung der Fachmedienumsätze gegenüber 2013 (in %)



Schwächer als in 2013 (+3,1%) steigen die Fachzeitschriftenumsätze in 2014 um 1,0%. Die Fachbuchumsätze schrumpfen zwar auch in 2014 (-0,7%), jedoch weniger stark als im Vorjahr (-4,1%). Weiter deutlich zulegen konnten die Umsätze Digitaler Medien (+8,2%; Vorjahr +9,0%). Nach dem deutlichen Vorjahres-Plus (+14,7%), schrumpfen die Dienstleistungserlöse in 2014 merklich um 7,8%.

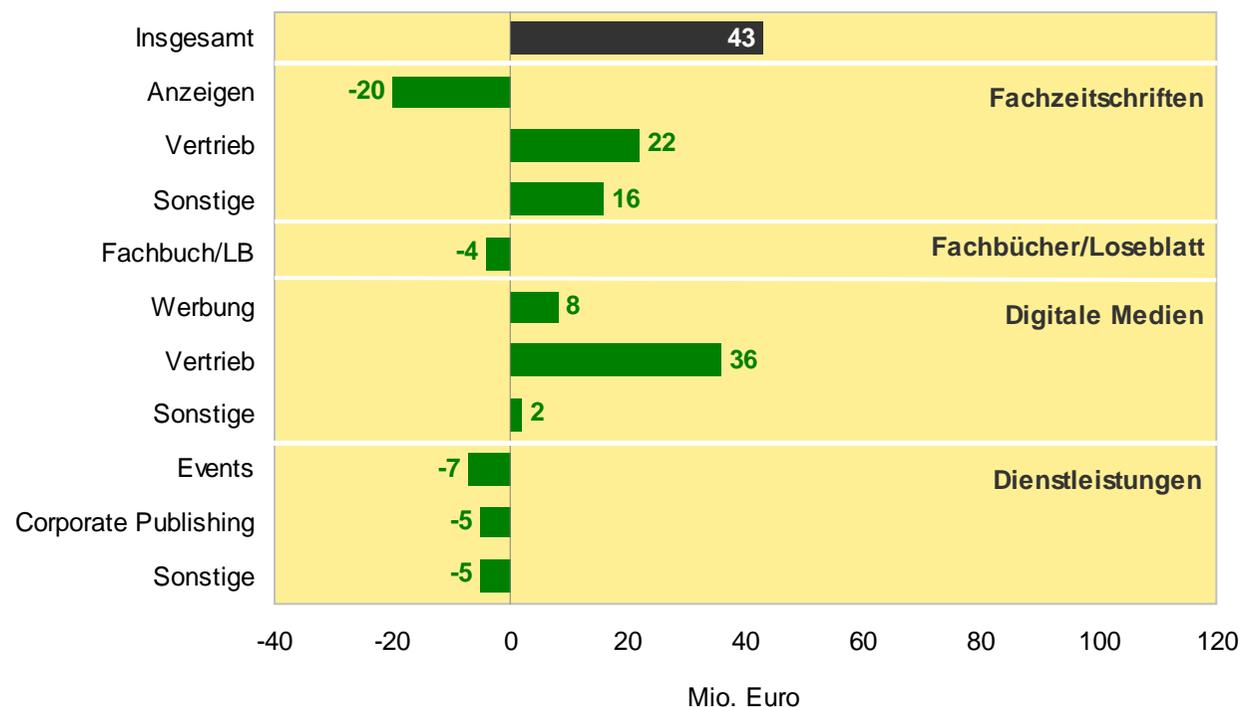
Struktur der Fachmedienumsätze 2014



Da die Fachzeitschriften in 2014 - ganz ähnlich wie in den Vorjahren - etwas schwächer wachsen als die Gesamtumsätze, fällt deren Anteil am Gesamtumsatz erneut leicht von 57,3 auf 57,1%. Der Anteil der Fachbücher und Loseblätter ist leicht rückläufig (18,1% gegenüber 18,5% im Vorjahr). Der Anteil Digitaler Medien steigt weiter von 17,4 auf 18,6%. Von 6,8% auf 6,2% ist der Anteil der Dienstleistungsumsätze gesunken.

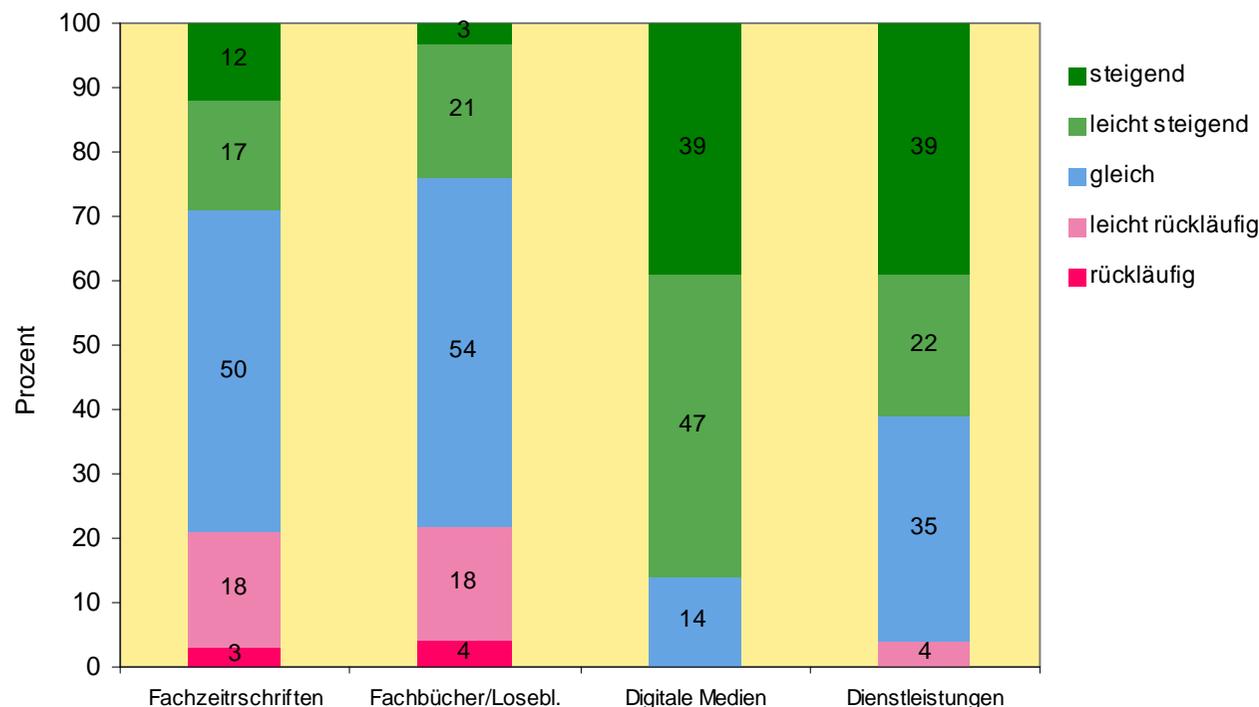
Fachmedien

Beiträge der Medienkategorien zum Gesamtwachstum (in Mio. Euro)



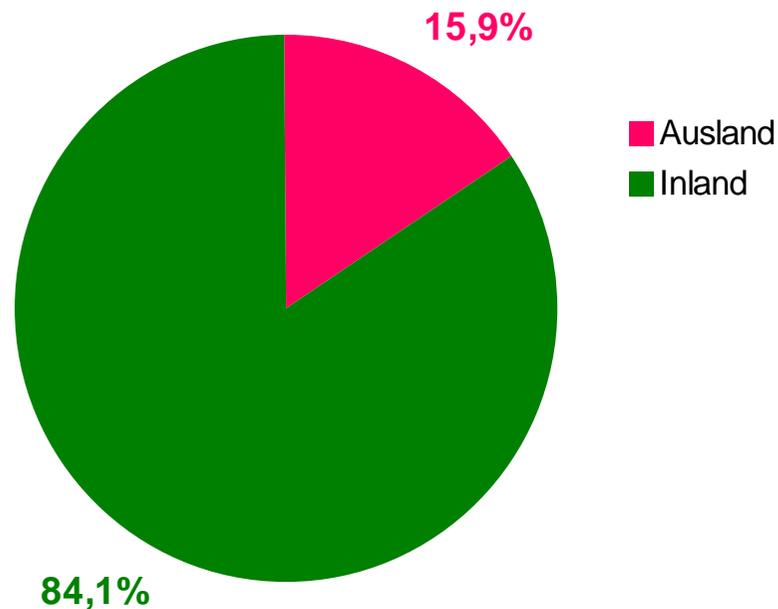
In 2014 steigen die Fachmedienumsätze insgesamt um 43 Mio. Euro (Vorjahr 105 Mio. Euro). Den größten Beitrag dazu leisten die Vertriebserlöse Digitaler Medien 36 Mio. Euro) und die Vertriebserlöse der Fachzeitschriften (22 Mio. Euro). Dämpfend wirken vor allem die Anzeigenerlöse der Fachzeitschriften (-20 Mio. Euro) und alle Erlösarten der Dienstleistungssparte (zusammen -17 Mio. Euro).

Umsatzerwartungen für 2015



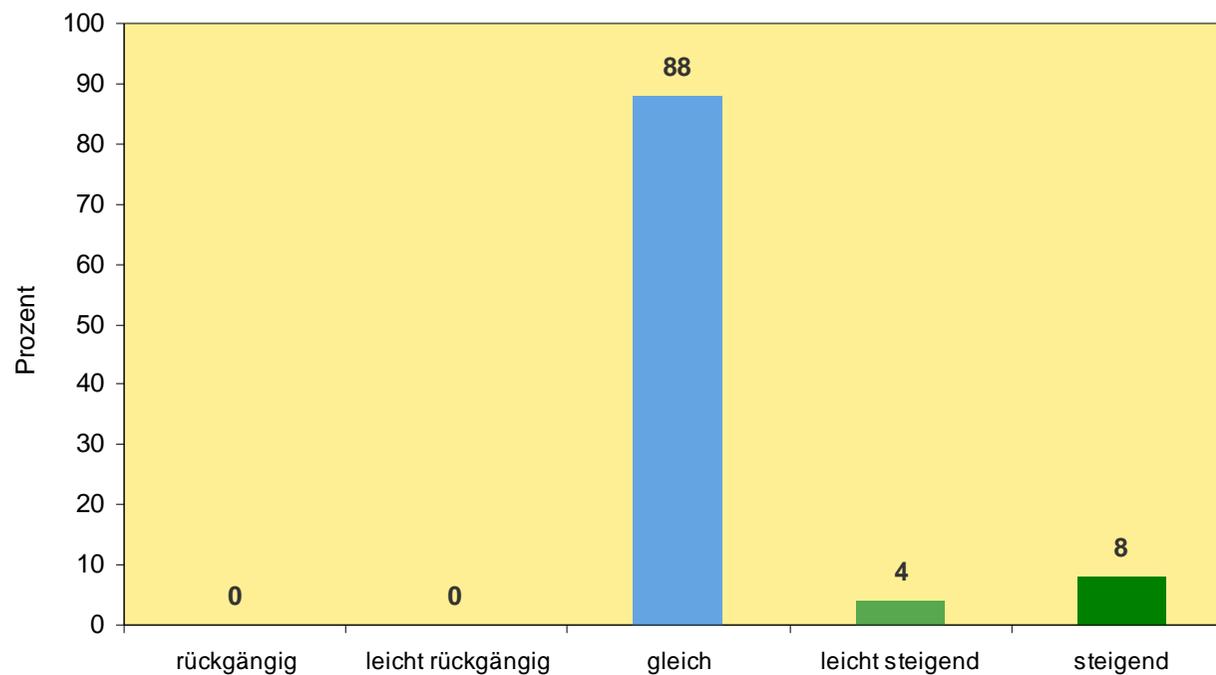
Die Umsatzerwartungen für 2015 fallen für Fachzeitschriften und Fachbücher ungünstiger aus als die Erwartungen für 2014 aus der Vorjahresbefragung. Nochmals hat hier der Anteil derer zugenommen, die eine Umsatzstagnation erwarten. Dies geschah erneut vor allem zu Lasten derer, die zuvor von einem Umsatzplus ausgingen. Auf recht stabilem Niveau optimistisch bleiben die Umsatzerwartungen Digitaler Medien. Nach den Umsatzschrumpfungen in 2014 erwartet eine Mehrheit für das laufende Jahr 2015 wieder steigende Dienstleistungsumsätze.

Auslandsanteil am gesamten Fachmedienumsatz 2014



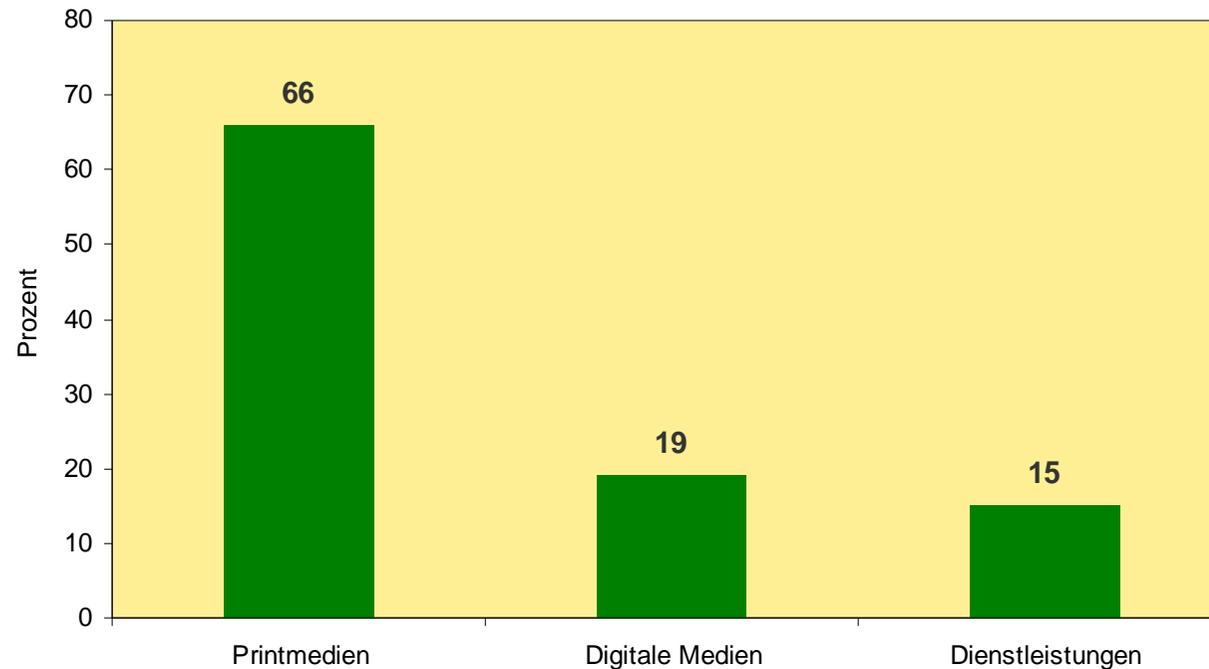
Dem Auslandsgeschäft kommt in 2014 eine weiter steigende Bedeutung zu: Der Auslandsanteil am Fachmedienumsatz steigt von 15,5% in 2013 auf 15,9% in 2014.

Auslandsgeschäftserwartungen für 2015



Wie im Vorjahr erwarten fast neun von zehn Verlagen ein gleich bleibendes Auslandsgeschäft. Rückgänge des Auslandsgeschäfts werden erneut von keinem der befragten Verlage erwartet. Somit darf für 2015 wiederum ein leichter Anstieg der Auslandsumsätze erwartet werden.

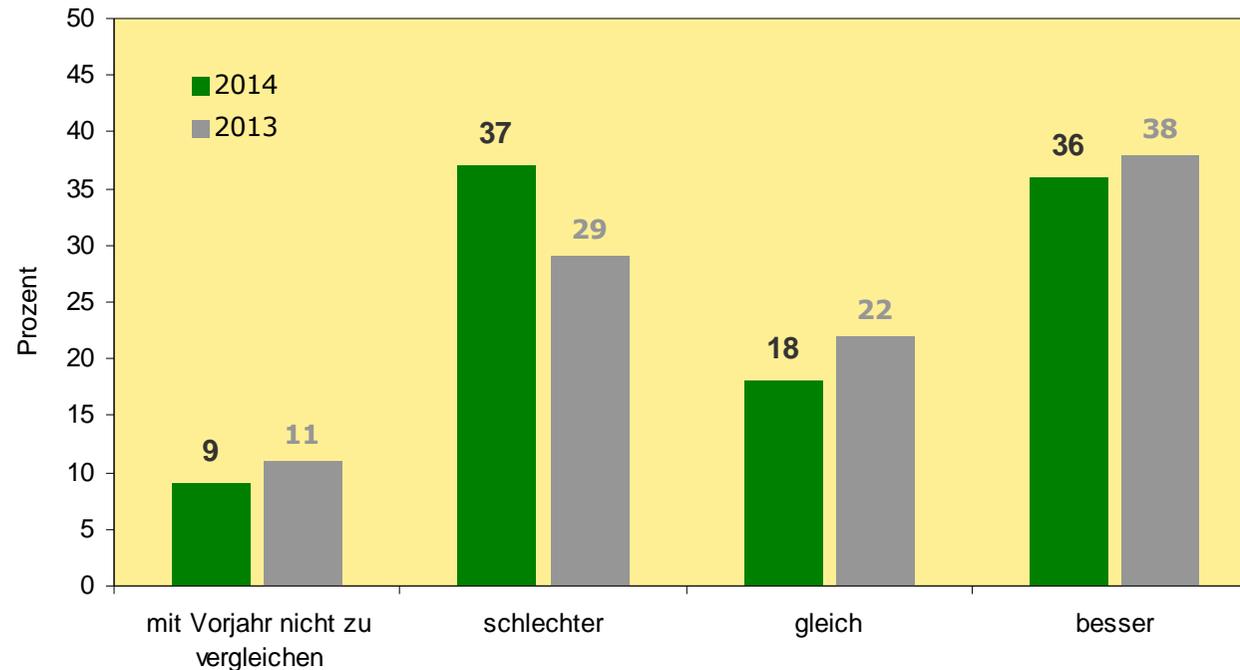
Wichtigste Angebotsform des Auslandsgeschäfts 2014



Weiterhin sind Printmedien die häufigste Angebotsform im Auslandsgeschäft der Fachmedienhäuser. Nochmals leicht gestiegen ist die Bedeutung der Digitalen Medien.

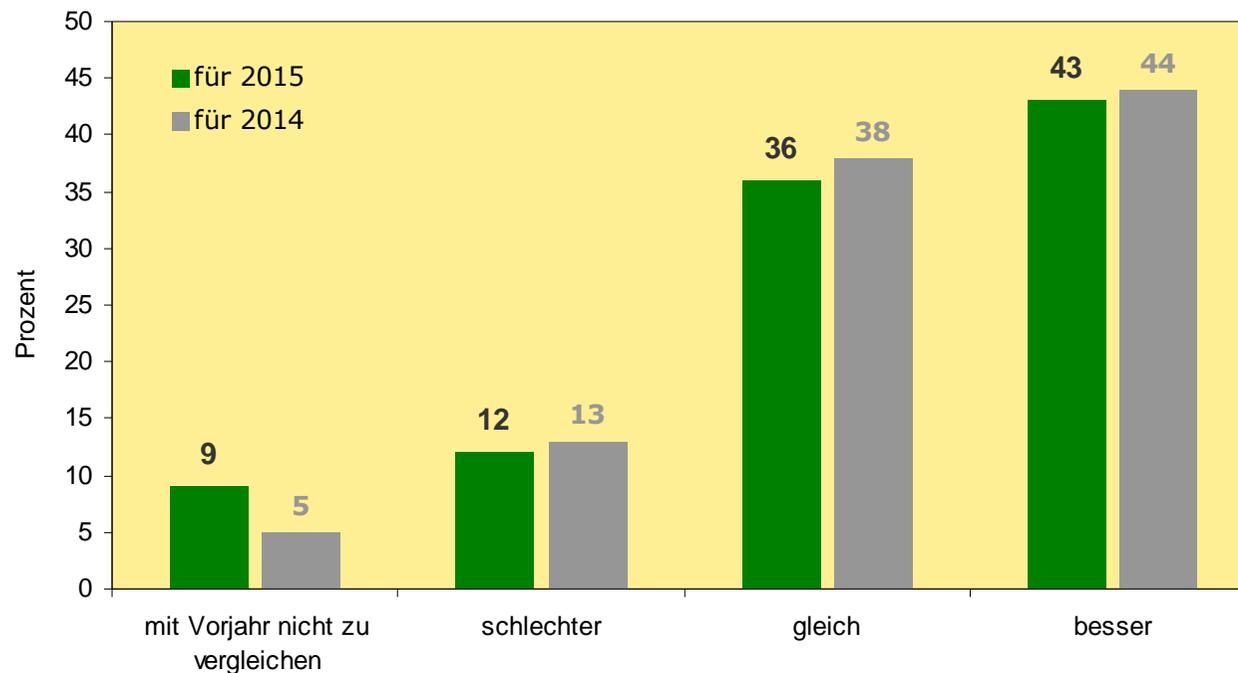
Den Dienstleistungen kommt in 2014 eine deutlich höhere Bedeutung zu als in den Vorjahren. Wichtigster Auslandsmarkt ist erneut mit deutlichem Abstand Westeuropa: hier sind 89% der Verlage mit Auslandsgeschäft aktiv.

Entwicklung des Jahresergebnisses



36% der Fachmedienhäuser melden für 2014 ein verbessertes Jahresergebnis. Dieser Anteil fällt nur etwas geringer aus als im Vorjahr (38%). Demgegenüber ist der Anteil von Verlagen mit einem verschlechterten Jahresergebnis von 29% in 2013 auf 37% in 2014 gestiegen. Dieser Anstieg geht insbesondere zulasten derer, die auf ein in etwa gleich gebliebenes Jahresergebnis zurückblicken. Die im Vorjahr formulierten, optimistischeren Jahresergebniserwartungen für 2014 haben sich damit nicht erfüllt.

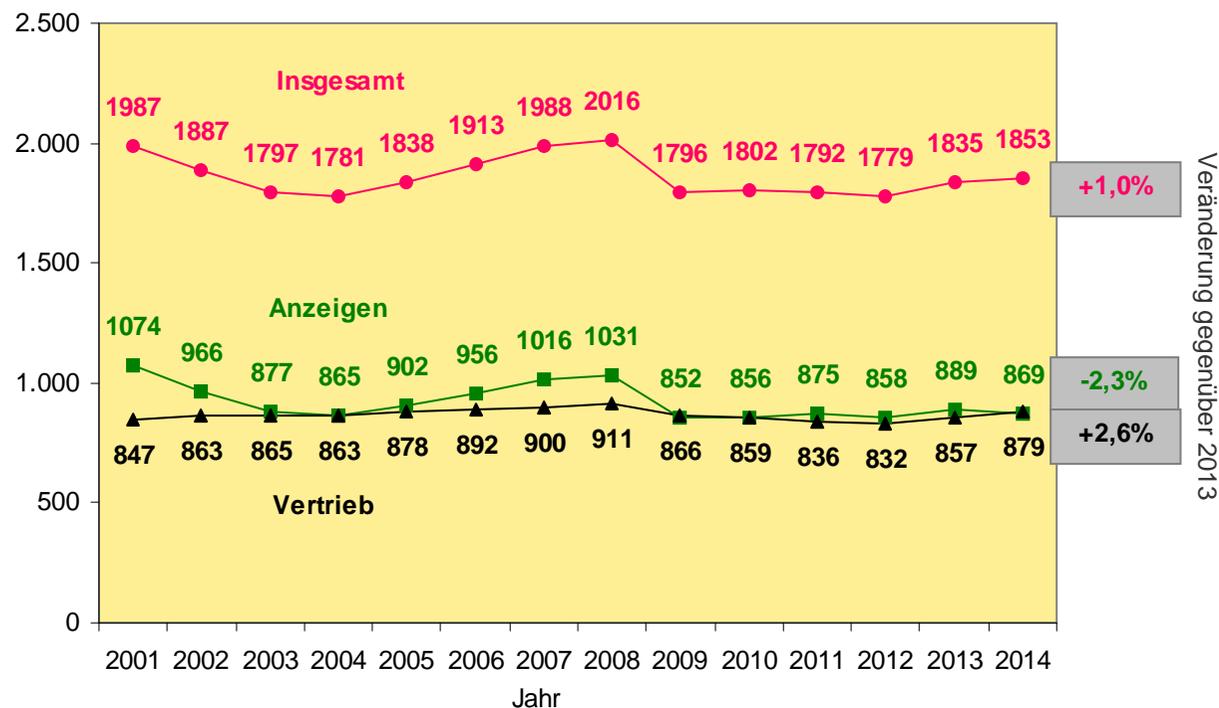
Jahresergebniserwartungen



Die Verlage blicken positiv in die Zukunft. In etwa auf dem Vorjahresniveau liegen auch die Jahresergebniserwartungen für das laufende Jahr 2015. 43% der Verlage gehen von einer Verbesserung aus, während nur 12% mit einer Verschlechterung rechnen.

Fachzeitschriften

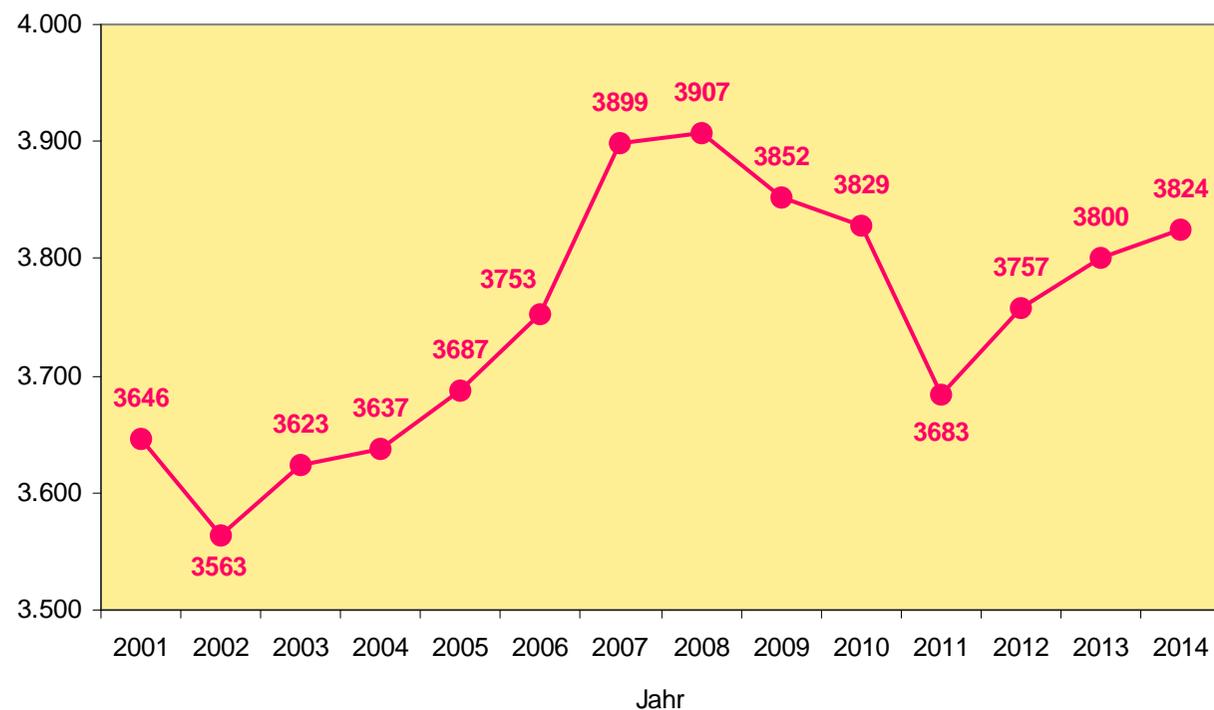
Fachzeitschriften-Umsatz in Mio. Euro



Wachstumskurs fortgesetzt: Nach einem merklichen Plus von 3,1% in 2013 steigen die Fachzeitschriftenumsätze in 2014 insgesamt um 1,0%. Während in 2013 sowohl Anzeigen- als auch Vertriebsumsätze merklich stiegen (um 3,6% bzw. 3,0%), steht in 2014 dem Anstieg der Vertriebsumsätze um 2,6% eine Schrumpfung der Anzeigenumsätze von 2,3% gegenüber.

Fachzeitschriften

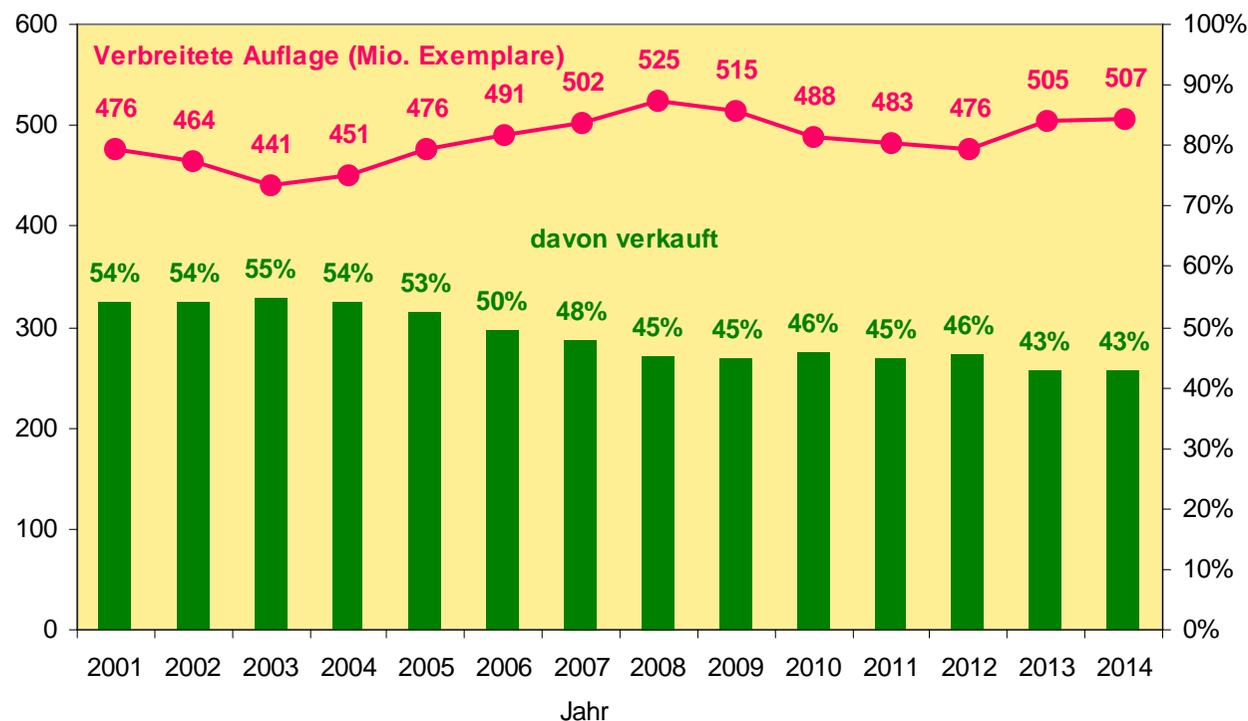
Zahl der Fachzeitschriftentitel



Die Zahl der aufgelegten Fachzeitschriftentitel steigt in 2014 im dritten Jahr in Folge von 3800 auf 3824 Titel. Das entspricht einem Anstieg um 24 Titel bzw. 0,6%.

Fachzeitschriften

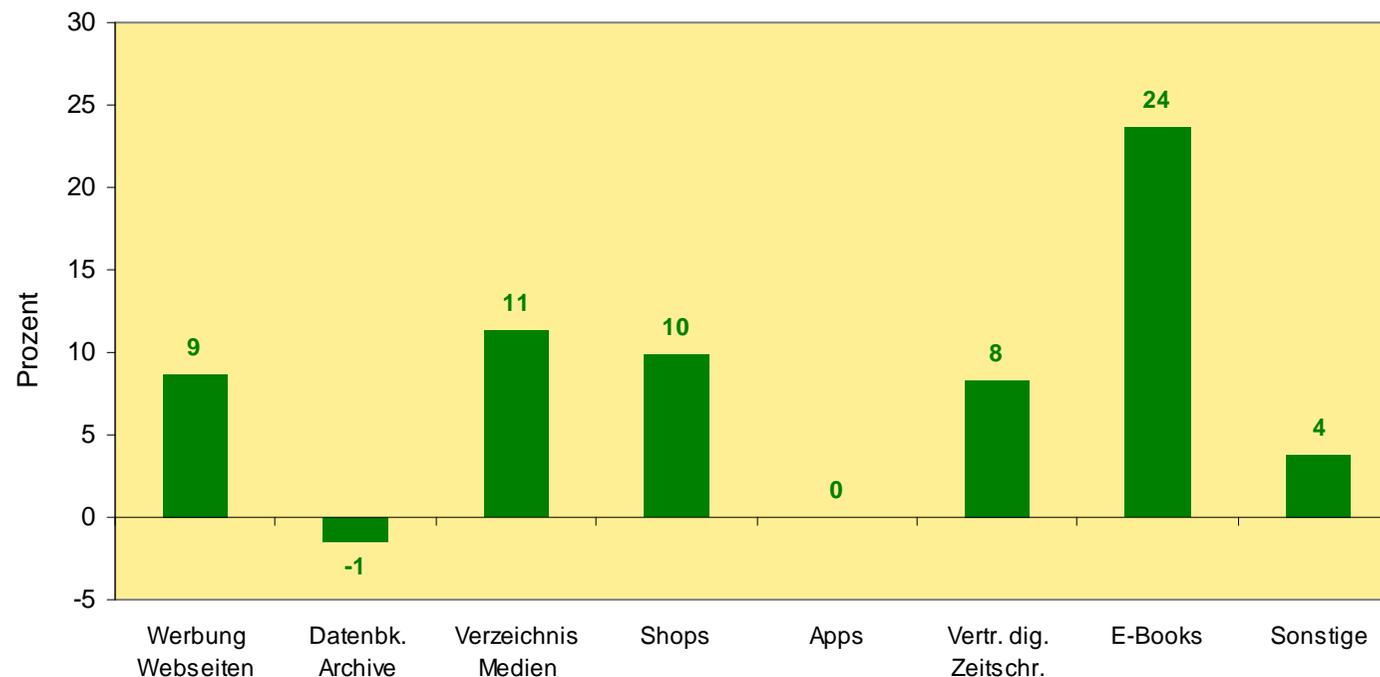
Jahresauflage in Mio. Exemplaren



Nachdem die verbreitete Auflage in 2013 um deutliche 4,6% stieg, ergibt sich für 2014 ein nur moderates Plus von 0,4%. Die 2014er Auflage beläuft sich damit auf 507 Mio. Exemplare. Auf dem Vorjahresniveau von 43% verharrt der Anteil der verkauften an der verbreiteten Auflage.

Digitale Medien

Wachstumsraten Digitaler Medien in Prozent

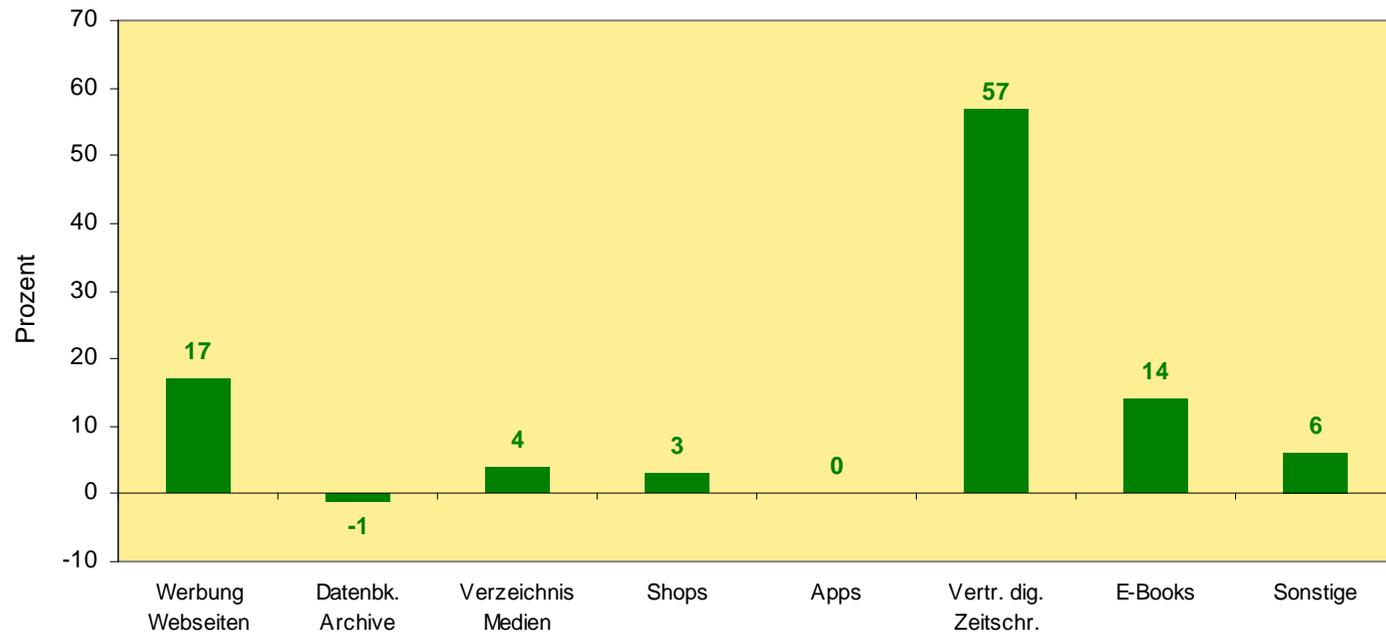


Berechnungsgrundlage: Nicht hochgerechnete und z.T. geschätzte Angaben der Umfrageteilnehmer.

E-Books sind in 2014 die dynamischste Sparte unter den Digitalen Medien: sie wachsen um 24% (Vorjahr 17%). Mit 9% deutlich schwächer als im Vorjahr (29%) wachsen die Werbeerlöse von Webseiten. Etwas schwächer als in 2013 steigen die Umsätze mit Verzeichnismedien und Shops. Bei den Umsätzen mit Apps gibt es in 2014 keine weiteren Zuwächse.

Digitale Medien

Beiträge zum Gesamtwachstum Digitaler Medien in Prozent

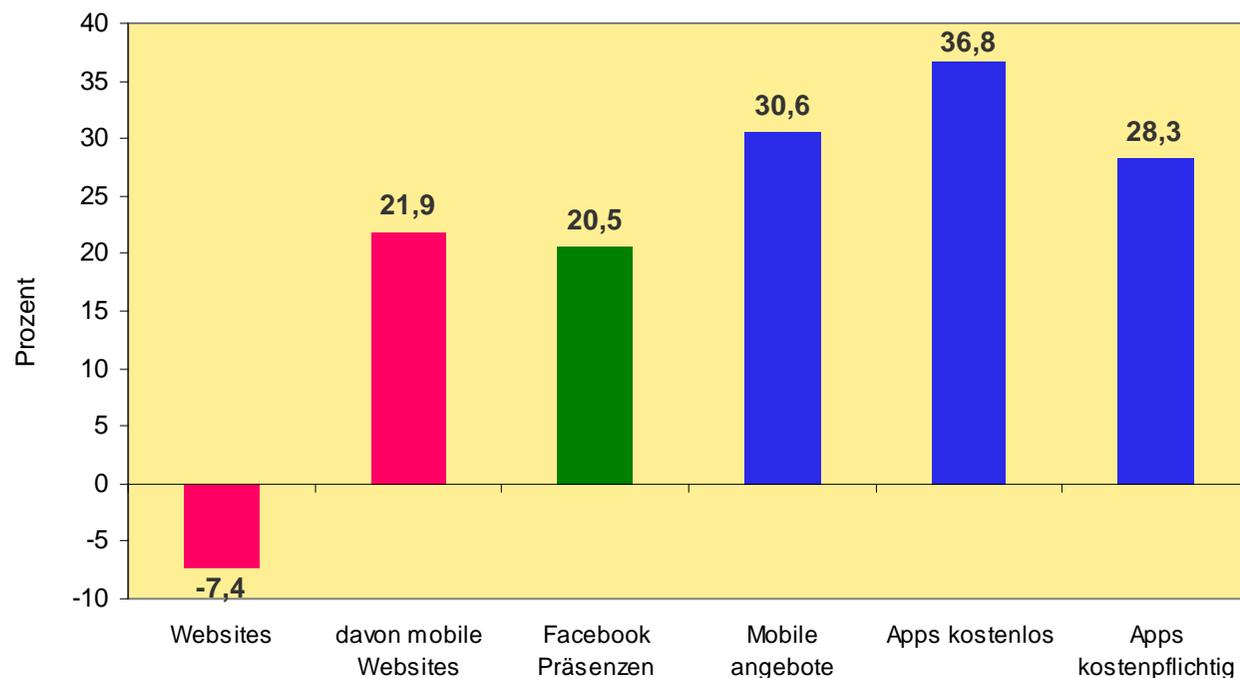


Berechnungsgrundlage: Nicht hochgerechnete und z.T. geschätzte Angaben der Umfrageteilnehmer. Die Säulen zeigen den geschätzten, nicht hochgerechneten Anteil der Medienarten am Wachstum des Umsatzes Digitaler Medien insgesamt. Sie ergeben in der Summe 100%.

In 2014 war für die Befragungsteilnehmer der Vertrieb Digitaler Zeitschriften der wichtigste Wachstumstreiber innerhalb der Digitalen Medien. Der Beitrag der Werbeerlöse aus Webseiten ist zwar in 2014 ebenfalls positiv, fällt aber merklich geringer aus als im Vorjahr. Leicht höher als im Vorjahr ist der Beitrag der E-Book-Umsätze.

Digitale Medien

Veränderungsraten von Webpräsenzen in 2014 gegenüber 2013

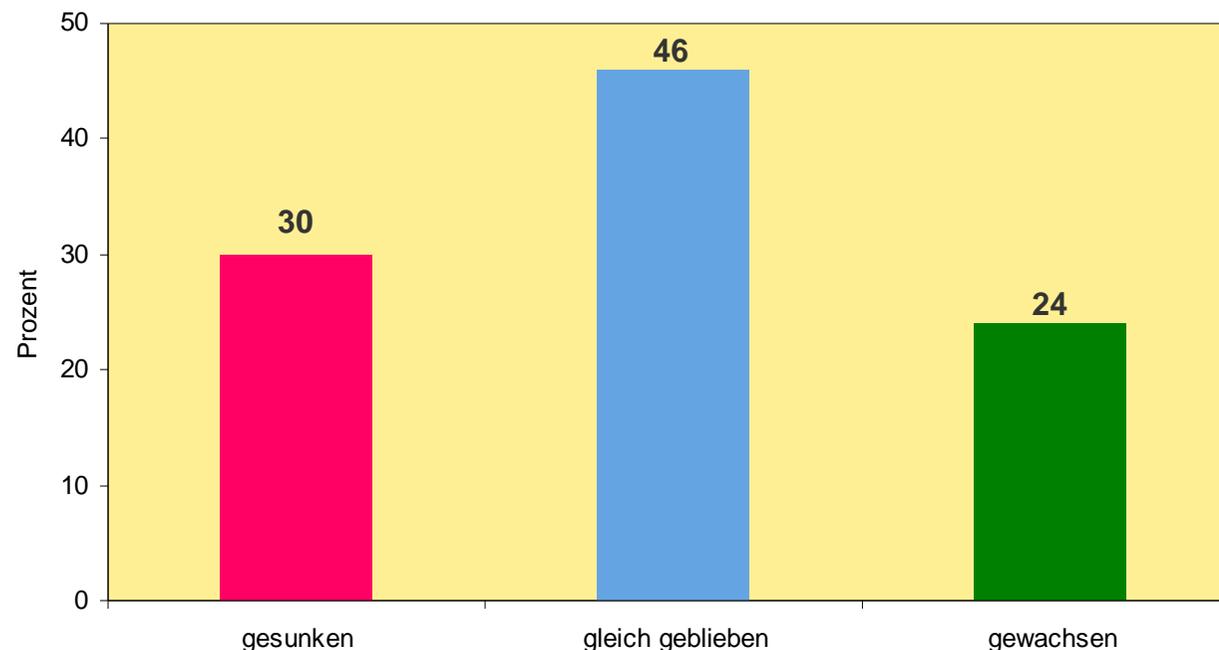


Berechnungsgrundlage: Nicht hochgerechnete und z.T. geschätzte Angaben der Umfrageteilnehmer.

Während in 2014 die Zahl der Websites zurück geht, werden alle anderen hier ausgewiesenen Präsenzformen merklich ausgebaut. Noch einmal etwas stärker als im Vorjahr steigt die Zahl mobiler Angebote, die Zahl kostenloser Apps und die Zahl der Facebook-Präsenzen.

Mitarbeiterzahl

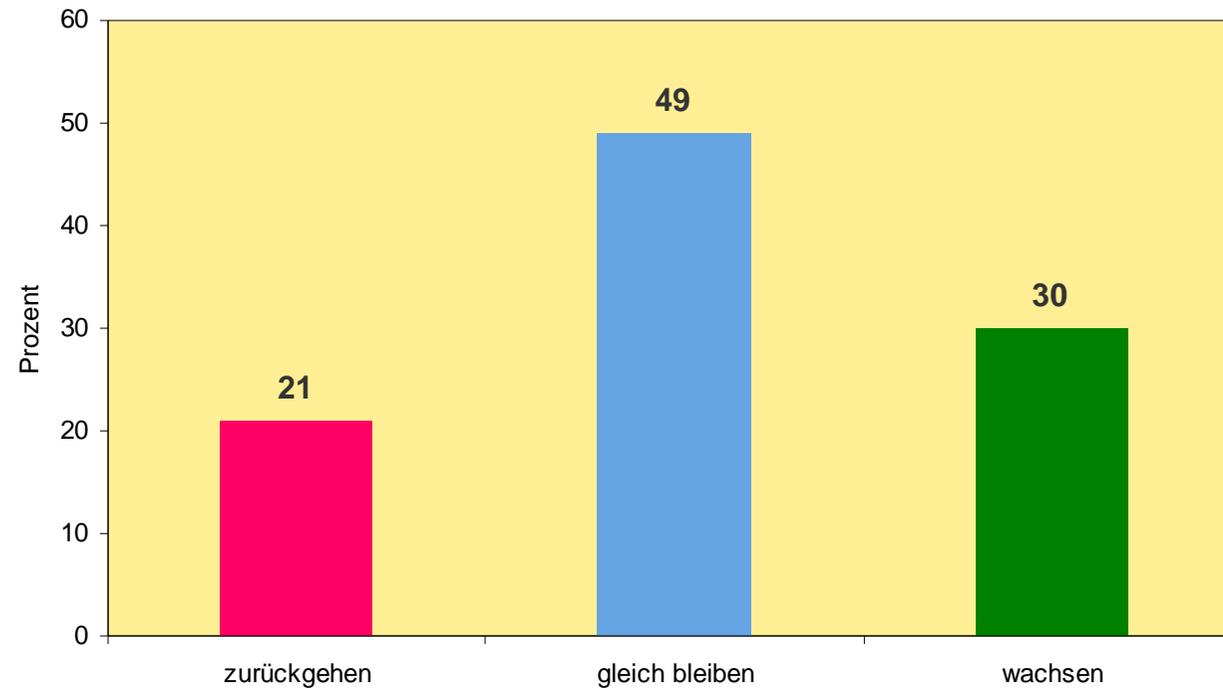
Entwicklung der Mitarbeiterzahl in 2014 gegenüber 2013



Etwas ungünstiger als im Vorjahr stellt sich in 2014 die Entwicklung der Mitarbeiterzahl dar: Nur noch in einem Viertel der Verlage ist die Mitarbeiterzahl gewachsen, während dies im Vorjahr noch in jedem dritten Verlag der Fall war. Bauten in 2013 nur 25% der Verlage Personal ab, waren dies in 2014 30%. Dieser gestiegene Anteil der Verlage mit rückläufiger Mitarbeiterzahl war in der Vorjahresbefragung so nicht erwartet worden: Damals gingen nur 9% der Verlage von einer in 2014 schrumpfenden Mitarbeiterzahl aus.

Mitarbeiterzahl

Erwartete Entwicklung der Mitarbeiterzahl in 2015



Die Erwartungen zur Personalentwicklung sind für das laufende Jahr 2015 günstiger als die zuvor geschilderte Entwicklung im abgelaufenen Jahr 2014: Nur 21% erwarten einen weiteren Rückgang, während 30% der Verlage von einem Anstieg der Mitarbeiterzahl in 2015 ausgehen.

Fachpresse-Statistik 2014

Der Verein Deutsche Fachpresse ermittelt jährlich Kennziffern zum Fachmedienmarkt in Deutschland. Diese werden unter dem Titel „Fachpresse-Statistik“ veröffentlicht. Die Fachpresse-Statistik 2014 beruht auf einer Online-Befragung der Mitglieder der Deutschen Fachpresse im Zeitraum von Februar bis März 2015 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 2014

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.