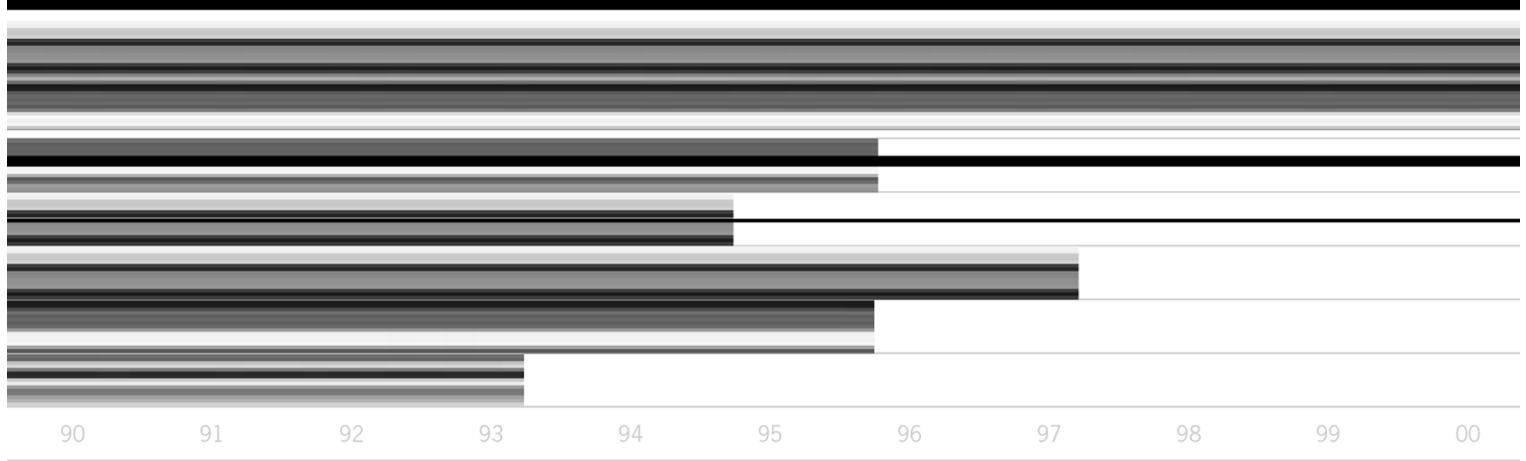


Fachpresse  
**Statistik**

**2000**



Deutsche Fachpresse  
Großer Hirschgraben 17/21  
60311 Frankfurt  
Tel. 069 / 13 06-326  
Fax 069 / 13 06-417  
e-Mail: [bv-fachpresse@t-online.de](mailto:bv-fachpresse@t-online.de)  
[www.fachpresse.de](http://www.fachpresse.de)

Die Fachpressestatistik  
wurde erhoben von  
Advanced Marketing  
Research Technologies  
A.M.T. GmbH, Dreieich  
Tel. 06103 / 50 87-0  
Fax 06103 / 50 87-70  
e-Mail: [A.M.T.GmbH@t-online.de](mailto:A.M.T.GmbH@t-online.de)

# INHALTSVERZEICHNIS

	<u>Seite</u>
<b>Das kleine Fachpresse-Kompodium</b>	2
<b>Fachpressestatistik 2000</b>	4
1. Einleitung	4
2. Wichtige Definitionen	5
3. Die Ergebnisse	6
A) Die Unternehmen	6 / 13
B) Der Fachpresseumsatz	6 / 14
C) Die Titelanzahl	7 / 15
D) Bewegung im Titelmarkt	7 / 16
E) Die Auflage	8 / 17
F) Die Inhalte	8 / 18
G) Internationale Aktivitäten	9 / 19
H) Fachinformationen	10 / 20
I) Online-Angebote	11 / 21
<b>Graphische Darstellungen</b>	13 - 23

# DAS KLEINE FACHPRESSEKOMPENDIUM

## Die Unternehmen

- > haben insgesamt durchschnittlich 74 (- 1 %) Beschäftigte (Fachpresse und andere Aktivitäten)
- > erzielen einen durchschnittlichen Umsatz 2000 von ca. 28 Mio. DM (+ 4 %), davon ca. 9,0 Mio. mit Fachzeitschriften
- > mit ihren Fachpresseaktivitäten sind Teil der Unternehmensaktivitäten

## Der Fachpresseumsatz

(Angaben in Mrd. DM)	1999	→	2000
Gesamt	4,358	+ 3 %	4,478
davon: Vertrieb	1,849	- 2 %	1,816
Anzeige	2,327	+ 6,5 %	2,478
Sonstiges	0,182	+ 1 %	0,184

## Die Titellanzahl

	1999	→	2000
Titel insgesamt	ca. 3.490	+ 3 %	ca. 3.590
davon: neu eingeführt	ca. 150		ca. 110
relaunched	ca. 250		ca. 260

## Die Jahresauflage

(Angaben in Mio.)	1999	→	2000
Verbreitete Auflage	ca. 502	+/- 0 %	ca. 502
davon: Verkaufte Auflage	58 %		57 %
Auflage	ca. 290	- 1 %	ca. 287

## Internationale Aktivitäten

	<b>1999</b>	<b>→</b>	<b>2000</b>
Gesamt	37 %	+/- 0 %	37 %
speziell: fremdsprachige Titel	19 %	+ 32 %	25 %
Kooperation mit ausländischen Fachverlagen	25 %	- 16 %	21 %
Auslandstöchter/-beteiligungen	12 %	- 17 %	10 %

## Weitere Verlagsaktivitäten

	<b>1999</b>	<b>→</b>	<b>2000</b>
Elektronisches Publizieren insgesamt	48 %	+ 67 %	80 %
speziell: Offline/CD-ROM	35 %	+ 11 %	39 %
Online/Internet	44 %	+ 52 %	67 %
Fachbücher	68 %	+ 13 %	77 %

## 1. EINLEITUNG

Seit dem Berichtsjahr 1996 steht eine amtliche Pressestatistik nicht mehr zur Verfügung. Seit diesem Zeitpunkt ist es notwendig, die Daten zur Fachpressestatistik durch empirische Erhebungen in den Verlagen mit den Methoden der Markt- und Mediaforschung zu ermitteln.

### *Basis der vorliegenden Ergebnisse:*

- Befragung der Mitgliedsverlage der Deutschen Fachpresse
- Durchführung der Befragung: Februar bis April 2001
- Ermittlung der statistischen Daten für das Jahr 2000

### *Wichtig:*

**Die statistischen Erhebungen beschränken sich ausschließlich auf den Bereich der Fachpresse (Fachzeitschriften, Fachzeitungen) und der Verlage, die entsprechende Publikationen herausgeben (Definition siehe Folgeseite).**

## 2. WICHTIGE DEFINITIONEN

Die Begriffe „Fachpresse“ oder „Fachzeitschriften“ sind vielschichtig und werden oft unterschiedlich verstanden und definiert. Im Folgenden sind die Begriffe Fachzeitung und Fachzeitschrift zu „Fachzeitschriften“ zusammengefasst und wie folgt definiert:

- a) Als Fachzeitschriften (hierzu zählen auch alle wissenschaftlichen Zeitschriften) gelten alle periodischen Druckwerke, die mit der Absicht eines zeitlich unbegrenzten Erscheinens mindestens viermal jährlich herausgegeben werden und sich in erster Linie mit beruflich relevanten Inhalten befassen. Dabei ist es unerheblich, ob diese Zeitschriften unentgeltlich abgegeben werden oder nicht.
- b) Als Fachzeitschriften gelten also nicht konfessionelle Zeitschriften, Kundenzeitschriften, Titel der Wirtschaftspresse sowie typische Special Interest-Zeitschriften (Hobby und Freizeit), Partworks, Loseblattsammlungen von Gesetzen, aus Remittenden aufgebundene Einzelbände und dergleichen.
- c) Erscheint eine Zeitschrift in mehreren Ausgaben, die sich im Titel/ Untertitel und/oder in einzelnen redaktionellen Wechelseiten oder Beilagen unterscheiden, so geht es nur um die Gesamtausgabe.

**Im Folgenden geht es nur um Fachzeitschriften im Sinne dieser Definition.**

### **3. DIE ERGEBNISSE (Vorjahresergebnisse in Klammer)**

#### **Vorbemerkung**

Für die vorliegende Prognose werden die Ergebnisse der Erhebung auf den „Gesamtmarkt Fachzeitschriften“ hochgerechnet.

#### **A) Die Unternehmen**

Die Fachpresseaktivitäten sind in der Regel eingebunden in ein größeres Unternehmen und somit nur eine Teilaktivität der Unternehmen. Der Beitrag der Fachpresseaktivitäten zum Gesamtumsatz der Unternehmen liegt im Durchschnitt bei ca. 50%.

Das durchschnittliche Unternehmen hat insgesamt 74 (75) Mitarbeiter, davon 44 (44) kaufmännische Angestellte und 18 (14) redaktionelle Angestellte. Während der durchschnittliche Fachzeitschriftenumsatz pro Verlag bei etwa 9,0 (8,8) Mio. DM liegt, beläuft sich der durchschnittliche Unternehmensumsatz insgesamt auf 28 (27) Mio. DM.

#### **B) Der Fachpresseumsatz**

Der mit Fachzeitschriften erzielte Gesamtumsatz liegt 2000 bei 4,478 (4,358) Milliarden DM. Der Vertriebsumsatz von 1,816 (1,849) Milliarden DM macht 40 (42) % dieses Gesamtumsatzes aus, der Anzeigenumsatz macht mit 2,478 (2,327) Milliarden DM 55 (53) % aus, sonstige Erlöse 4 (4) %.



Insgesamt gesehen ist die Umsatzstruktur damit weitgehend stabil geblieben. Mit ca. 2,7 % ist ein moderates Wachstum im Fachzeitschriftenmarkt zu registrieren.

### **C) Die Titelanzahl**

501 Verlage, die Fachzeitschriften veröffentlichen, publizieren insgesamt ca. 3.590 (3.490) Titel: Durchschnittlich 7,2 (7,0) Titel pro Verlag.

Die Anzahl der Titel hat sich somit im Jahr 2000 erhöht (3 %).

### **D) Bewegung im Titelmarkt**

Die Anzahl der Verlage, die Titel neu eingeführt haben, ist etwa genauso groß wie die Anzahl der Verlage, die Titel eingestellt haben. Wesentlich mehr Verlage haben Titel relaunched:

12 (25) % der Verlage haben neue Titel im Markt eingeführt, 11 (11) % Titel eingestellt, 26 (16) % Titel relaunched.

In absoluten Zahlen sind dies ca. 110 (150) neue Titel, 70 (100) eingestellte Titel, 260 (250) Titel, die einem Relaunch unterzogen wurden.

Aktiver sind wiederum die größeren Verlage mit über 5 Millionen DM Fachpresseumsatz: Hier haben immerhin 30 (41) % im vergangenen Jahr mindestens einen Titel neu eingeführt, 21 (24) % mindestens einen Titel eingestellt und 39 (47) % mindestens einen Titel relaunched.

## **E) Die Auflage**

Die ca. 3.590 (3.490) Titel erscheinen mit unterschiedlicher Frequenz in unterschiedlichen Auflagen. Summiert über das ganze Jahr 2000 ergibt sich laut Verlagsangaben eine verbreitete Gesamtauflage von ca. 502 (502) Millionen Exemplaren, davon ca. 287 (290) Millionen Exemplare als verkaufte Auflage (57 [58] %). Pro Titel heißt das: durchschnittlich ca. 140.000 (144.000) verbreitete Exemplare pro Jahr.

## **F) Die Inhalte**

Die ca. 3.590 (3.490) Fachtitel decken das gesamte Spektrum der Fachzeitschriften mit überwiegend wissenschaftlichem Inhalt einerseits und der sonstigen Fachzeitschriften andererseits ab.

Jeweils über 15% der Verlage bieten Fachzeitschriften mit überwiegend wissenschaftlichem Inhalt in den Bereichen Naturwissenschaft und Ingenieurwissenschaft, Medizin, Sprach- und Kulturwissenschaft sowie im Bereich Recht/Wirtschaft/Gesellschaft (hier über 20 % der Verlage) an.

Jeweils ca. 10 % der Verlage sind im Bereich sonstiger, nicht überwiegend wissenschaftlich ausgerichteter Titel in den Bereichen Bildung und Erziehung, Gesundheitswesen, Handel und Dienstleistungen, Landwirtschaft und Ernährung sowie Industrie und Handwerk (hier über 20 %) aktiv. Der durchschnittliche Verlag ist in etwa 1,7 Fachgebieten tätig, also nicht ausschließlich auf einen einzigen Bereich begrenzt, aber doch spezialisiert.

## **G) Internationale Aktivitäten**

Internationale Aktivitäten lassen sich in unterschiedlicher Form denken: Die Herausgabe fremdsprachiger Titel vor Ort, d. h. im Verlag in Deutschland einerseits, die Kooperation mit ausländischen Verlagen andererseits sowie Auslandsbeteiligungen/Auslandstöchter.

Auf die eine oder andere Art sind im Ausland erneut 37 (37) % der Verlage tätig (59 [60] % der Verlage mit über 5 Millionen DM Fachpresseumsatz).

Im einzelnen: 25 (19) % aller Verlage und 39 (38) % der größeren Verlage mit über 5 Millionen DM Fachpresseumsatz publizieren in Deutschland fremdsprachige Titel. 21 (25) % aller Verlage und 38 (45) % der größeren Verlage kooperierten 2000 mit ausländischen Fachverlagen. 10 (12) % aller Verlage und 34 (30) % der größeren Verlage haben Auslandsbeteiligungen oder Auslandstöchter.

Bezogen auf den Fachpressegesamtumsatz der deutschen Verlage entfallen im Durchschnitt 11 (10) % dieses Umsatzes auf Vertriebs- oder Anzeigenerlöse aus dem Ausland.

Aus allen Zahlen wird erneut das internationale Engagement und nicht zuletzt auch die quantitative Bedeutung internationaler Aktivitäten für die deutschen Verlage deutlich.

## **H) Fachinformationen**

Aktivitäten im Bereich des elektronischen Publizierens sind im Offline-Bereich (CD-ROM, Disketten) und im Online-/Internetbereich vorhanden. Insgesamt sind in wenigstens einer der beiden Varianten 80 (48) % aller Verlage und 99 (75) % der größeren Verlage mit über 5 Millionen DM Fachpresseumsatz im vergangenen Jahr tätig gewesen.

Die entsprechenden Werte (Alle / Fachpresseumsatz 5 Mio. +) speziell für Offline-Angebote: 39 (35) % und 46 (58) %. Im Online-/Internetbereich: 67 (44) % / 97 (61) %.

Offline- und Online-Aktivitäten haben ihren Platz in der Verlagslandschaft gefunden und sind aus ihr nicht mehr wegzudenken. Der stark wachsende Bereich Online hat die stagnierenden Offline-Aktivitäten inzwischen übertroffen.

Zur kompletten Fachinformation gehören häufig nicht nur Aktivitäten im Fachpressebereich sowie Offline- und Online-Angebote, sondern auch Fachbuchangebote, Fachseminare, Database-Dienstleistungen und sonstige Fachinformationsangebote.

An zweiter Stelle – nach den Fachzeitschriften – stehen weiterhin die Fachbücher, die von 77 (68) % der Verlage angeboten werden und in diesen Fällen durchschnittlich mit ca. einem Drittel zum Fachinformationsumsatz beitragen. Die übrigen Angebote sind weiterhin von untergeordneter Bedeutung und wurden in der vorliegenden Darstellung nicht berücksichtigt.

## **I) Online-Angebote**

Die Mehrzahl der Verlage bietet mittlerweile Online-Angebote zu einigen der von ihnen publizierten Fachzeitschriftentitel. Insgesamt 73 % aller Verlage bzw. 95 % der Verlage mit einem Fachpresseumsatz, der über 5 Mio. DM liegt, offerieren entsprechende Angebote. Die durchschnittliche Anzahl der Titel, zu denen ein entsprechendes Online-Angebot existiert, liegt für alle Verlage bei 3,5 Titeln, für Verlage mit einem Fachpresseumsatz größer 5 Mio. DM bei 9,7 Titeln (bedingt durch die größere Anzahl publizierter Titel), d.h. im Durchschnitt aller Verlage gibt es zu 47 % der Titel ein Online-Angebot, bei den großen Verlagen zu 57 % der Titel.

Hinsichtlich der Kostenseite ist jedoch festzustellen, dass nur wenige der Online-Angebote, die von den Verlagen angeboten werden, auch kostendeckend arbeiten. Signifikante Unterschiede zwischen allen erfassten Verlagen und Verlagen mit einem Fachpresseumsatz größer 5 Mio. DM sind hierbei nicht zu registrieren: 74 % der Online-Angebote aller Verlage arbeiten nicht kostendeckend. Bei Verlagen mit einem Fachpresseumsatz größer 5 Mio. DM liegt die entsprechende Vergleichszahl bei 78 %.

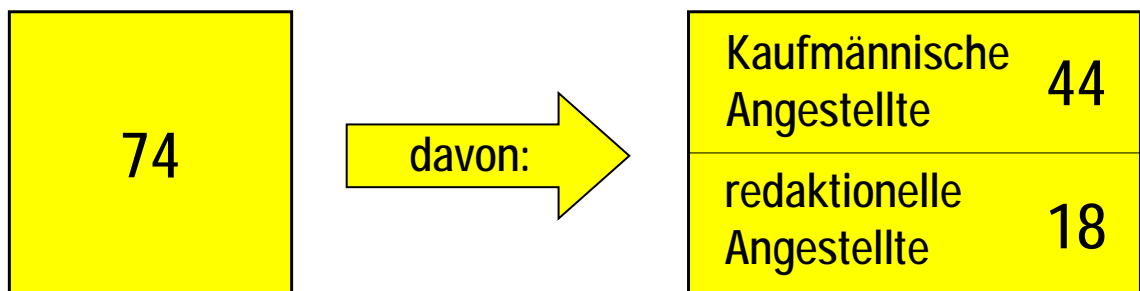
Insbesondere Verlage mit einem erhöhten Fachpresseumsatz sind an einem Fachportal beteiligt oder betreiben selbst ein oder sogar mehrere Fachportale (57 %). Bezogen auf alle in die Erhebung einbezogenen Verlage liegt der entsprechende Wert bei 36 %. Entsprechendes gilt für das Einbringen von Content für andere Web-Angebote (sowohl unentgeltlich als auch gegen Gebühren): 60 % der Verlage mit einem Fachpresseumsatz über 5 Mio. DM sind Content-Lieferanten für andere Web-Angebote, für die Gesamtheit der Verlage liegt dieser Wert bei 38 %.

---

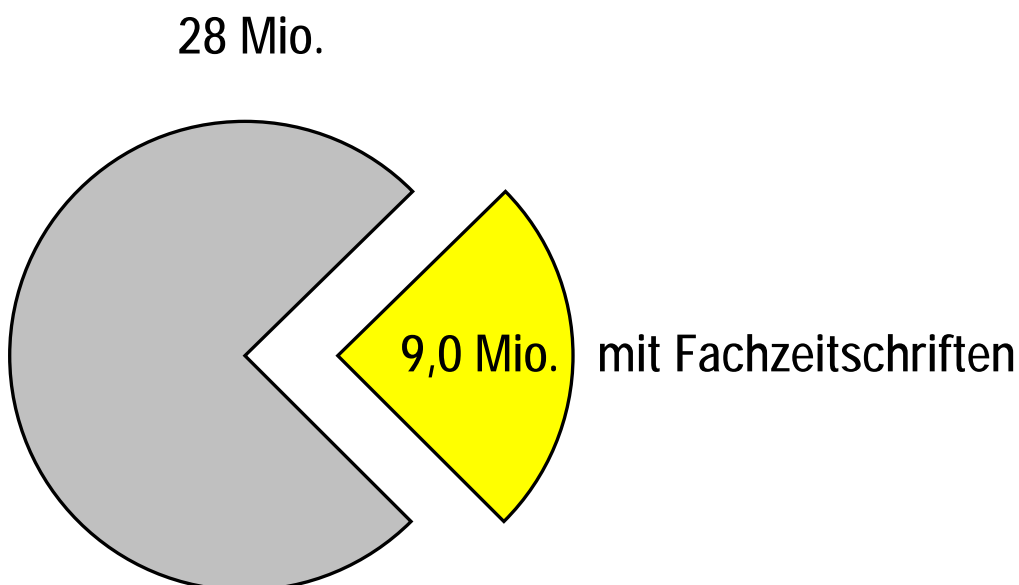
## A. Die Unternehmen

---

### 1. Beschäftigte je Unternehmen (Fachpresse und sonstige Unternehmensaktivitäten)



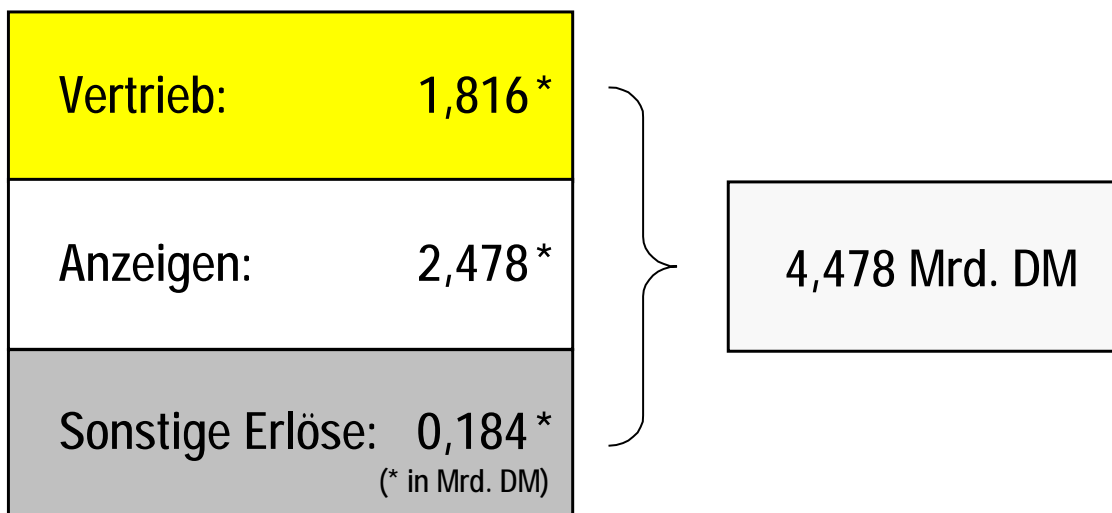
### 2. Durchschnittlicher Umsatz je Unternehmen (Fachpresse und sonstige Unternehmensaktivitäten)



---

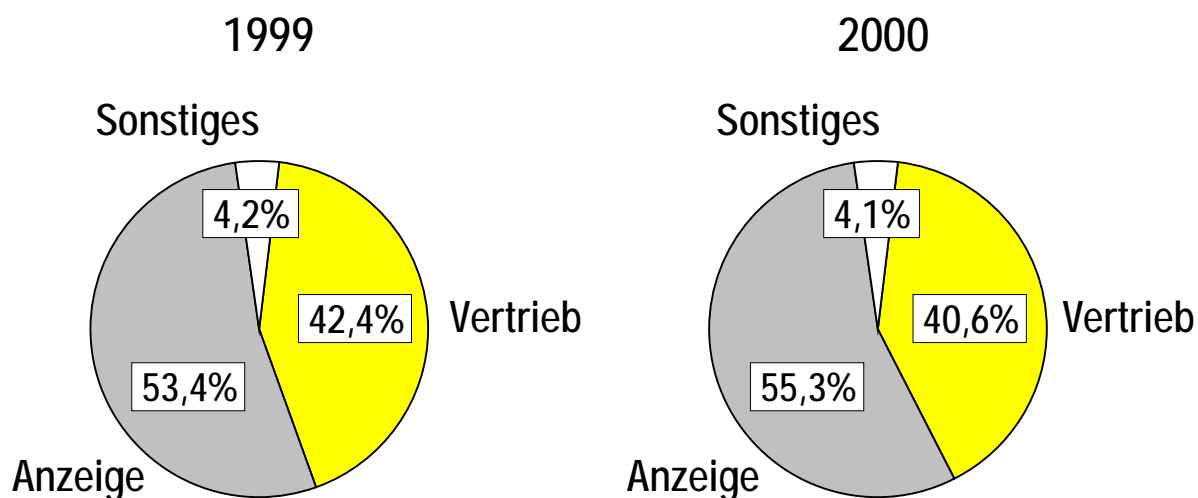
## B. Der Fachpresseumsatz

---



➔ Durchschnitt pro Verlag: ca. 9,0 Mio. DM

### Die Anteile

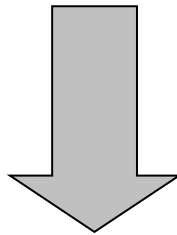


---

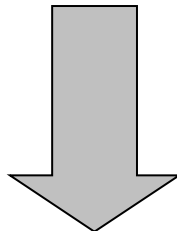
## C. Die Titelanzahl

---

ca. 500 Verlage



ca. 3.590 Titel



je Verlag: ca. 7 Titel



---

## D. Bewegung im Titelmarkt

---

**2000:**

Titel neu eingeführt:	12 % der Verlage (30 %*)
Titel eingestellt:	11 % der Verlage (21 %*)
Titel relaunched:	26 % der Verlage (39 %*) * = Verlage mit 5 Mio. + Umsatz

1999 neu:	ca. 150 Titel
2000 neu:	ca. 110 Titel

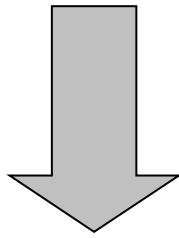
1999 relaunched:	ca. 250 Titel
2000 relaunched:	ca. 260 Titel

---

## E. Die Auflage

---

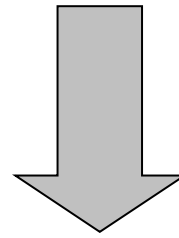
Verbreitete Auflage



Summe: 502 Mio.

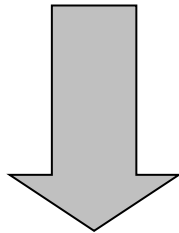
(1999: 502 Mio.)

Verkaufte Auflage



Summe: 287 Mio.

= 57% der verbreiteten Auflage  
(1999: 290 Mio.)



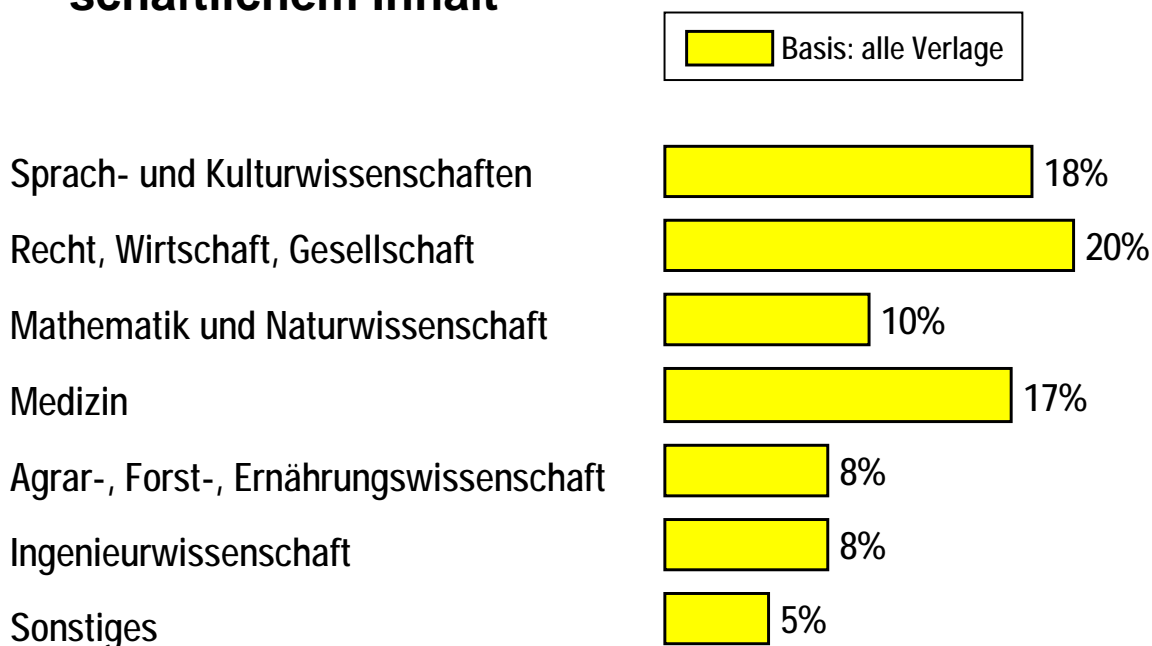
je Titel:  
ca. 140 Tsd. in 2000

---

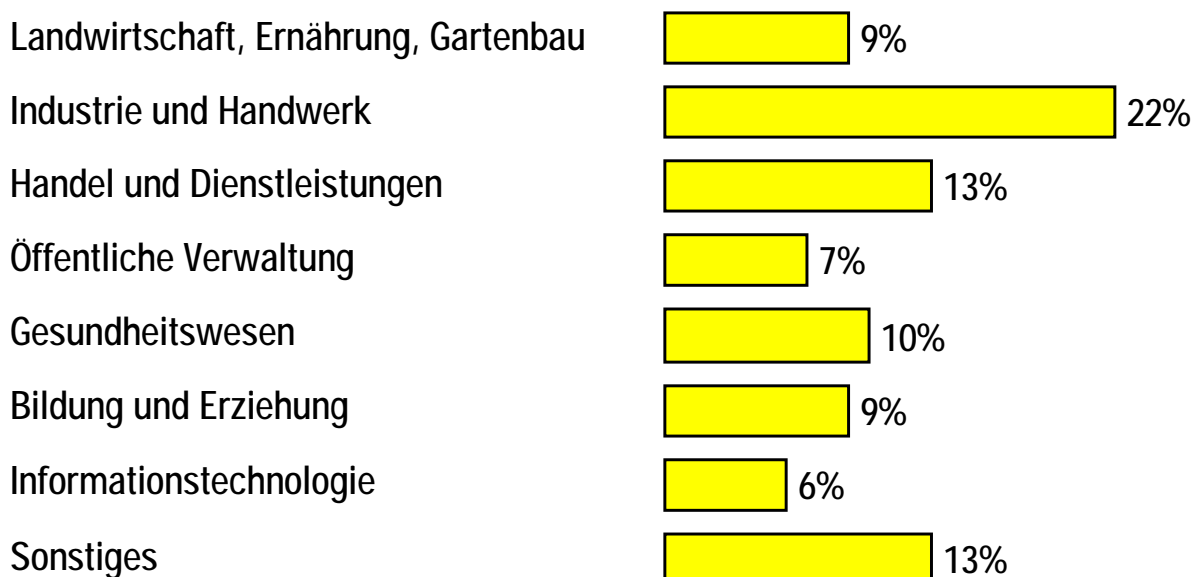
## F. Die Inhalte

---

### a. Fachzeitschriften mit überwiegend wissen- schaftlichem Inhalt



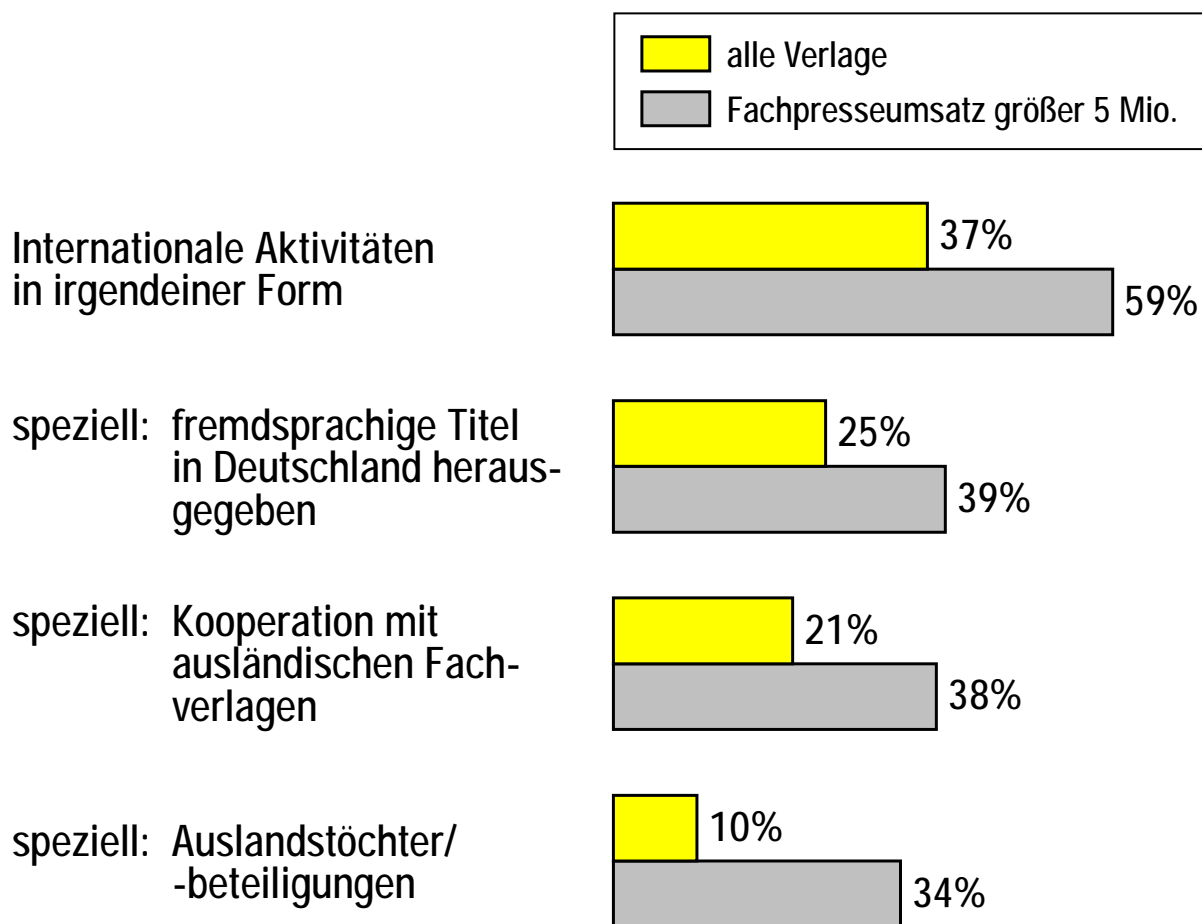
### b. Andere Fachzeit- schriften



---

## G. Internationale Aktivitäten

---



Anteil „Ausland“ (Vertriebs- /Anzeigenerlöse) bezogen auf den Fachpresse-Gesamtumsatz der deutschen Fachverlage:

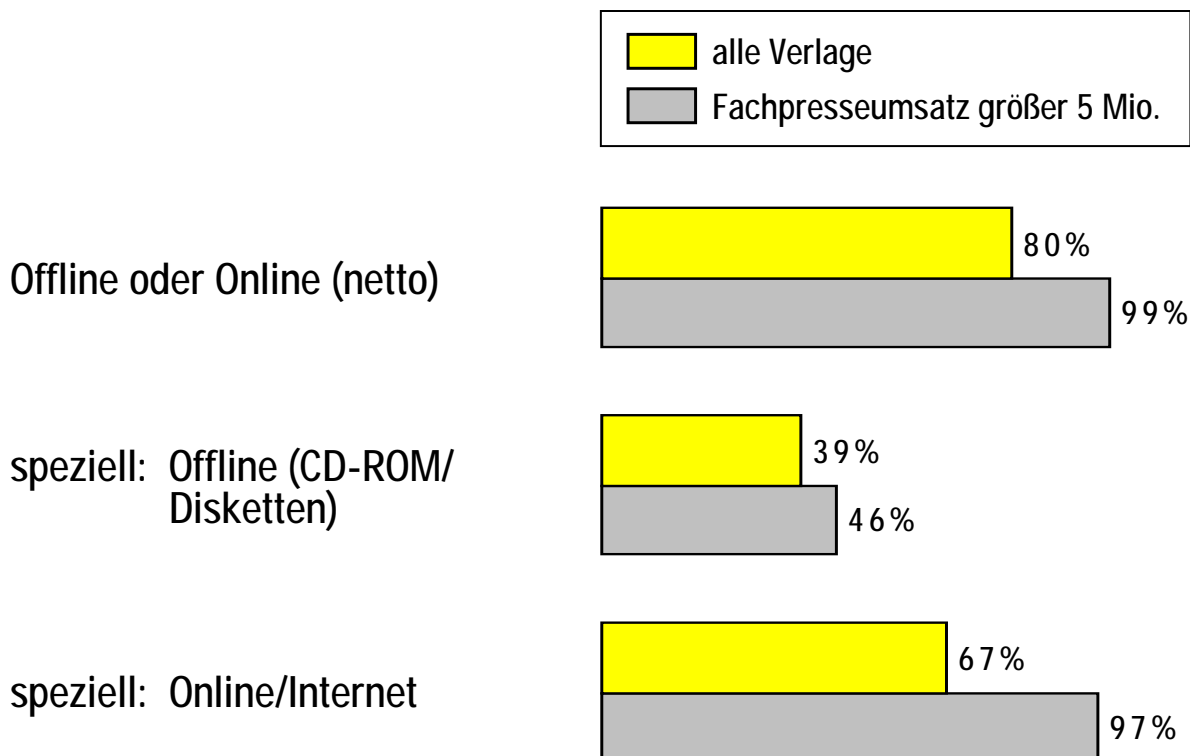
ca. 11%, d.h. fast 500 Mio. DM

---

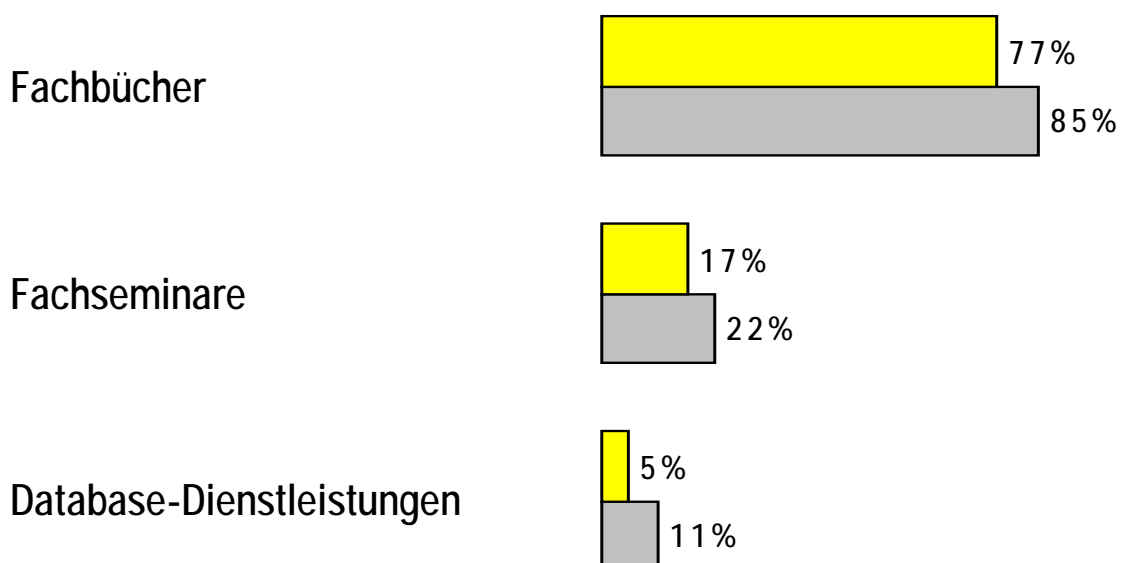
## H. Fachinformationen

---

### a. Elektronisches Publizieren



### b. Sonstiges

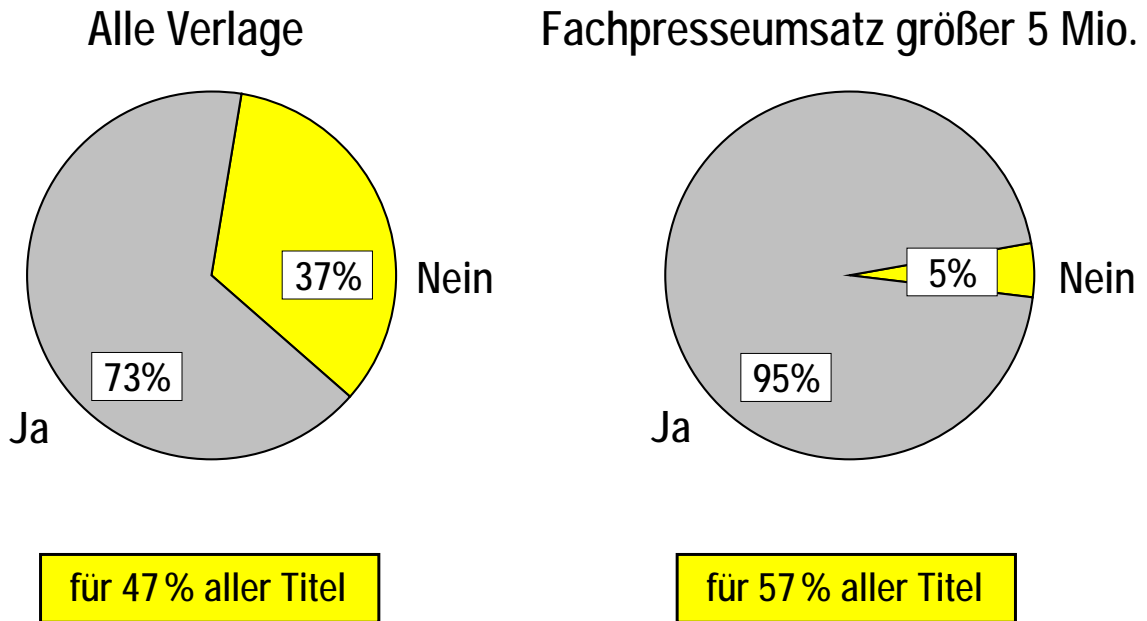


---

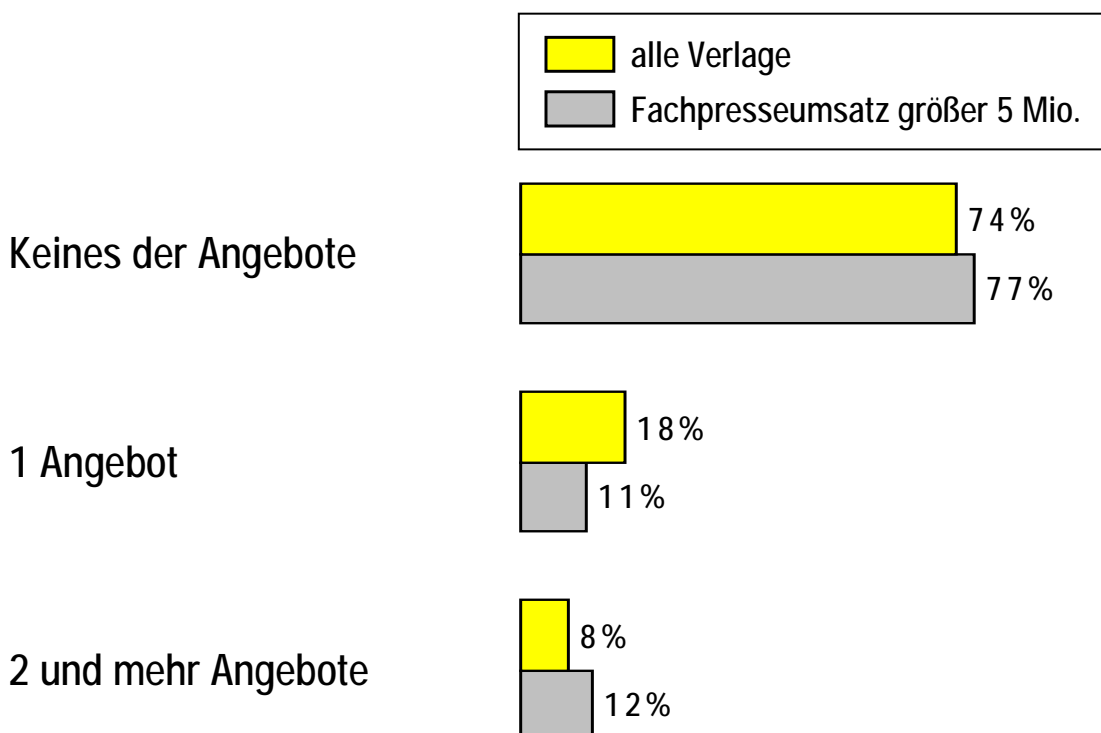
# I. Online-Angebote (1)

---

## a. Online-Angebote zu Fachzeitschriftentitel



## b. Online-Angebote, die kostendeckend arbeiten

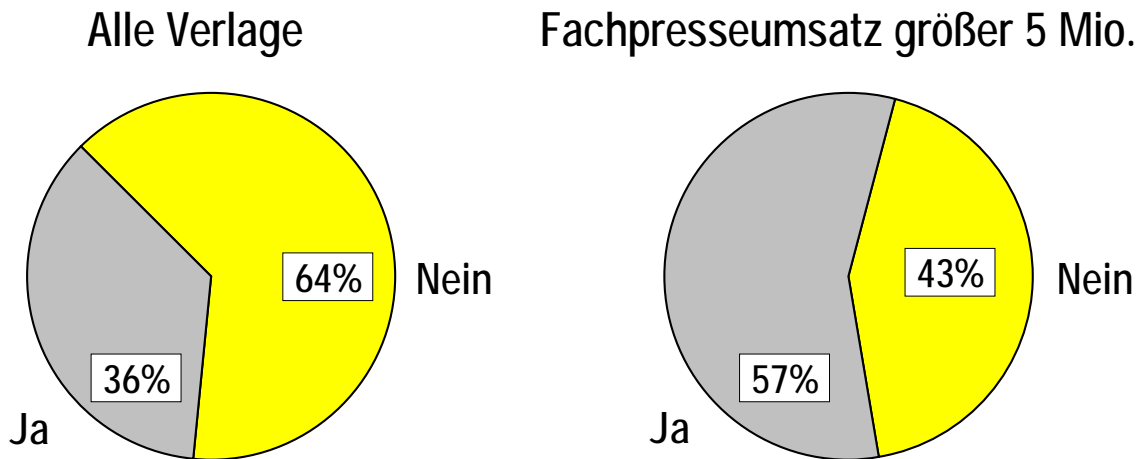


---

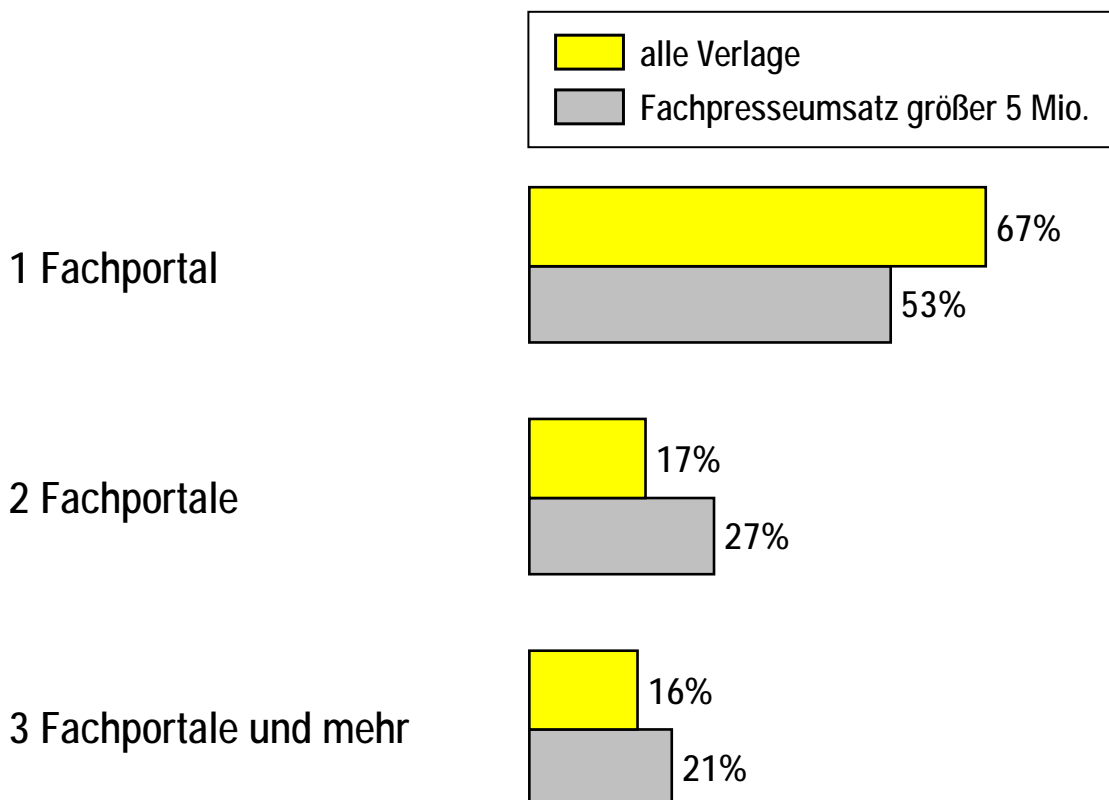
# I. Online-Angebote (2)

---

## c. Beteiligung an oder Betreiben von Fachportalen



### Wenn ja: Zahl der Fachportale



---

## I. Online-Angebote (3)

---

### c. Einbringen von Content für andere Web-Angebote

