

DEUTSCHE

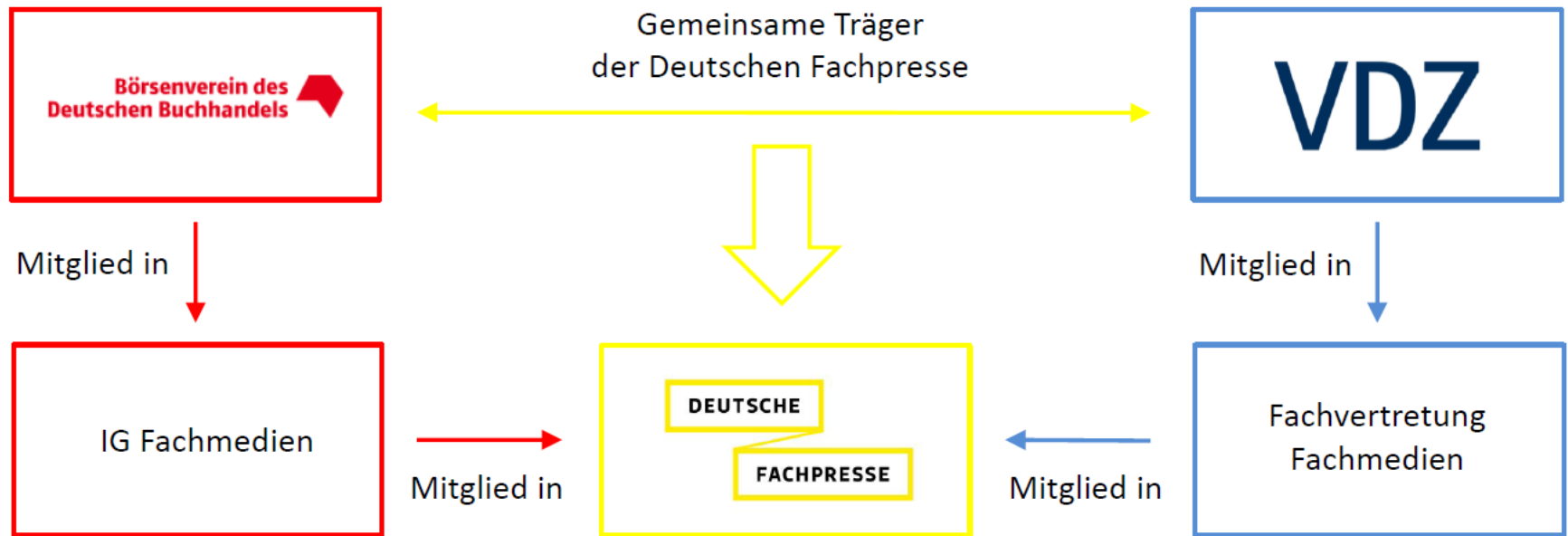
FACHPRESSE

Deutsche Fachpresse und Fachmedienmarkt

Bernd Adam,
Verein Deutsche Fachpresse

24. Januar 2022

Mitgliedschaft der Unternehmen im Verein Deutsche Fachpresse



Die Mitglieder der IG Fachmedien sind gem. §56 (2) der Börsenvereinssatzung kraft Statut Mitglied im Verein Deutsche Fachpresse.

Die Mitglieder der Fachvertretung Fachmedien sind gem. §12 (5) der neuen VDZ-Satzung kraft Statut Mitglied im Verein Deutsche Fachpresse.



NEWS



11.01.2022

WEBINAR: ALS B2B-MARKE DIE MEDIALE LÜCKE EINER BRANCHE BESETZEN: Mediale Lücken erkennen und nutzen – wie das gelingen kann



07.01.2022

LANGJÄHRIGER VOGEL-CHEF DR. KURT ECKERNKAMP VERSTORBEN: Dr. Kurt Eckernkamp im Alter von 86 Jahren in Würzburg gestorben.

Tweets von @fachpresse_de

Deutsche Fachpresse

@fachpresse_de

Wir freuen uns auf Christine van Ofen (Gentner Verlag), Kevin Kleist (@knkVerlag), Halil Reber und Bettina Bachhofer (Spitta) mit ihren spannenden Insights und den ein oder anderen Tipps rund #socialmedia, #technologie und digitale #innovation bei der #ypma2022! #fachmedien



Wie moderne Technologie Ihnen helfen kann den Arbeitsplatz der Zukunft zu gestalten
Kevin Kleist, Pro Sales Consultant, Jost Gruppe



Methodik gewinnt: Social Media Kampagnen erfolgreich mit A/B/C/D-Tests optimieren
Christine van Ofen, Teamleiter Produktmanagement und Online-Marketing, Gentner Verlag



Vorstand Deutsche Fachpresse

DEUTSCHE

FACHPRESSE

das b2b-netzwerk



HOLGER KNAPP

Sprecher Deutsche Fachpresse und Vorsitzender des Vorstands im Fachverband Fachpresse im VDZ

Sternfeld Medien
Oberkasseler Straße 100
40545 Düsseldorf

Web: www.sternfeld.de



MARION WINKENBACH

Stellvertretende Sprecherin der Deutschen Fachpresse & Sprecherin der IG Fachmedien im Börsenverein

Beuth Verlag
Seetwinkler Damm 42/43
13627 Berlin

Web: www.beuth.de



CHRISTOPH BERTLING

Fachmedien Otto Schmidt
Toulouser Allee 27
40211 Düsseldorf

Web: <https://www.fachmedien.de/>



IRIS BODE

Haufe-Lexware
Munzinger Straße 9
79111 Freiburg

Web: www.haufegroup.com



THOMAS DOHME

Goethe + Schweitzer
Willstätterstraße 15
40549 Düsseldorf



DR. LUDGER KLEYBOLDT

Schatzmeister Deutsche Fachpresse

NWB Verlag
Eschstraße 22
44629 Herne

Web: www.nwb.de



CHRISTINA HARTMANN

Robert Krick Verlag



DR. KLAUS KRAMMER

Krammer Verlag Düsseldorf AG
Goethestraße 75
40237 Düsseldorf

Web: www.krammerag.de



DIRK SIEBEN

DVS Media
Aachener Straße
40223 Düsseldorf

Web: www.dvs-media.info



JONAS VINCENTZ

Vincentz Network
Plathnerstraße 4c
30175 Hannover

Web: <https://www.vincentz.net/>

Team Deutsche Fachpresse

DEUTSCHE

FACHPRESSE

das b2b-netzwerk



Verein Deutsche Fachpresse Haus des Buches

Braubachstraße 16
60311 Frankfurt am Main

Telefon: +49 (0)69 - 1306 - 397
Fax: +49 (0)69 - 1306 - 417



Verein Deutsche Fachpresse Haus der Presse

Markgrafenstraße 15
10969 Berlin

Telefon: +49 (0)30 - 72 62 98 - 141
Fax: +49 (0)30 - 72 62 98 - 142



BERND ADAM Geschäftsführung

Büro Frankfurt

E-Mail: [adam\[at\]deutsche-fachpresse.de](mailto:adam[at]deutsche-fachpresse.de)
Telefon: +49 (0)69-1306 397



YVONNE BARNES Leitung Büro Berlin

Büro Berlin

E-Mail: [barnes\[at\]deutsche-fachpresse.de](mailto:barnes[at]deutsche-fachpresse.de)
Telefon: +49 (0)30 - 72 62 98 - 140
Fax: +49 (0)30 - 72 62 98 - 142



MAREIKE PETERMANN Kommunikation & Presse

Büro Frankfurt

E-Mail: [petermann\[at\]deutsche-fachpresse.de](mailto:petermann[at]deutsche-fachpresse.de)
Telefon: +49 (0)69-1306 378
Fax: +49 (0)69-1306 417



STEPHANIE HÖNICKE Assistenz

Büro Berlin

E-Mail: [hoenicke\[at\]deutsche-fachpresse.de](mailto:hoenicke[at]deutsche-fachpresse.de)
Telefon: +49 (0)30 - 72 62 98 - 141
Fax: +49 (0)30 - 72 62 98 - 142



MARTINA SEIRING Assistenz

Büro Frankfurt

E-Mail: [seiring\[at\]deutsche-fachpresse.de](mailto:seiring[at]deutsche-fachpresse.de)
Telefon: +49 (0)69 - 1306 - 397
Fax: +49 (0)69 - 1306 - 417

Die Kommissionen und Arbeitsgruppen

DEUTSCHE

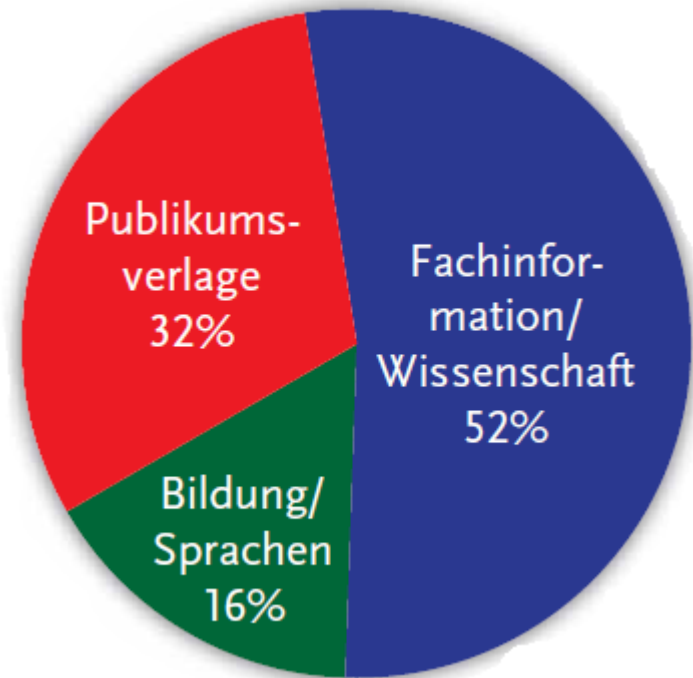
FACHPRESSE

das b2b-netzwerk

- Kommission Corporate Media
- Kommission Digitale Medien
- Kommission IT
- Kommission Kommunikation
- Kommission Kundenzentriertes Marketing
- Kommission Management
- Kommission Media Sales
- Kommission Medienproduktion
- Kommission Redaktion
- Kommission Veranstaltungen
- Kommission Vertrieb
- AG E-Learning & EdTech
- AG Fachbuch
- AG Live-Videostreaming, Webinare & -TV
- AG Social Media
- AG Unternehmenskultur



Anteil Fach- und Publikumsbuchverlage am Markt 2020



Quelle: buchreport.kompakt 2021

Die 100 größten Verlage

DEUTSCHE

FACHPRESSE

das b2b-netzwerk

Rang/Verlag	Umsatz 2020		Umsatz 2019	
	in Mio €	±%	in Mio €	±%
1 Springer Nature	590,1	±0	590,1	2,4
2 Haufe Group*	345	-3	355	+10
3 Klett Gruppe	333,3	+1,0	330,0	+3,7
4 Westermann Gruppe	300,0	±0	300	±0
5 Penguin Rand. House	296,7	-4,1	309,3	+5,6
6 Wolters Kluwer Gr.	270,0	-2,5	277,0	+3,4
7 Cornelsen	254,0	+2	250*	-2
8 C.H. Beck	216,2	+3,5	208,9	+2,1
9 WEKA	180,7	-9,0	198,6	-1,2
10 Thieme	168,7	+4,8	161,0	-0,9
11 Wiley-VCH	149,3	+7,6	138,8	-0,4
12 Rentrop	133,0	+5,6	126,0	-7,4
13 dfv Mediengruppe	106,4	-21,1	134,8	-3,4
14 Carlsen	90,2	+18,7	76,0	+7,5
15 Vogel Communic.	90,0	-10,0	100,0	n.v.
16 Bastei Lübbe	89,6	+14,1	78,5	-6,5
17 Beuth	76,0	-3,1	78,4	+5,4
18 Ravensburger*	73	+20	61	±0
19 De Gruyter	71,8	+9,6	65,5	±0
20 DAV	70,8	+2,5	69,1	+0,9
21 dtv	64,0	+0,6	63,6	+5,6
22 Fischer	61,1	-10,3	68,1	+1,3
23 Droemer Knaur	60,3	+3,1	58,5	+1,0
24 MairDumont	60,0	-39,9	99,8	-5,0
25 Juris	59,7	+8,3	55,1	+7,6
26 Rowohlt	57,6	-18,2	70,4	+5,1
27 Landwirtschaftsvlg.	57,1	+3,6	55,1	0,2
28 SWMH*	52	-5	55	-6
29 Hanser	50,2	+13,6	44,2	+1,8
30 Ullstein	49,3	+11,8	44,1	-4,3

Quelle: buchreport.kompakt 2021

Die 100 größten Verlage

DEUTSCHE

FACHPRESSE

das b2b-netzwerk

Rang/Verlag	Umsatz 2020 in Mio €	±% in Mio €	Umsatz 2019 in Mio €	±%
1 Springer Nature	590,1	±0	590,1	2,4
2 Haufe Group*	345	-3	355	+10
3 Klett Gruppe	333,3	+1,0	330,0	+3,7
4 Westermann Gruppe	300,0	±0	300	±0
5 Penguin Rand. House	296,7	-4,1	309,3	+5,6
6 Wolters Kluwer Gr.	270,0	-2,5	277,0	+3,4
7 Cornelsen	254,0	+2	250*	-2
8 C.H. Beck	216,2	+3,5	208,9	+2,1
9 WEKA	180,7	-9,0	198,6	-1,2
10 Thieme	168,7	+4,8	161,0	-0,9
11 Wiley-VCH	149,3	+7,6	138,8	-0,4
12 Rentrop	133,0	+5,6	126,0	-7,4
13 dfv Mediengruppe	106,4	-21,1	134,8	-3,4
14 Carlsen	90,2	+18,7	76,0	+7,5
15 Vogel Communic.	90,0	-10,0	100,0	n.v.
16 Bastei Lübbe	89,6	+14,1	78,5	-6,5
17 Beuth	76,0	-3,1	78,4	+5,4
18 Ravensburger*	73	+20	61	±0
19 De Gruyter	71,8	+9,6	65,5	±0
20 DAV	70,8	+2,5	69,1	+0,9
21 dtv	64,0	+0,6	63,6	+5,6
22 Fischer	61,1	-10,3	68,1	+1,3
23 Droemer Knaur	60,3	+3,1	58,5	+1,0
24 MairDumont	60,0	-39,9	99,8	-5,0
25 Juris	59,7	+8,3	55,1	+7,6
26 Rowohlt	57,6	-18,2	70,4	+5,1
27 Landwirtschaftsvlg.	57,1	+3,6	55,1	0,2
28 SWMH*	52	-5	55	-6
29 Hanser	50,2	+13,6	44,2	+1,8
30 Ullstein	49,3	+11,8	44,1	-4,3

Quelle: buchreport.kompakt 2021

Der B2B-Medien- und Informationsmarkt in Deutschland im Überblick

Der B2B-Medien- und Informationsmarkt 2016
28,3 Mrd. €

CONTENT-LÖSUNGEN

6,7 Mrd. € **B2B-Publikationen
und -Informationen**

7,1 Mrd. € **Berufliche Weiterbildung inkl.
Tagungen/Kongresse**

4,9 Mrd. € **Fach- und branchenspezifische
Software**

MARKETING-LÖSUNGEN

**B2B-Corporate
Publishing** 3,7 Mrd. €

B2B-Messen 2,2 Mrd. €

**Marktforschung und
Datengeschäfte** 3,7 Mrd. €

Produktbereiche Fachverlage vor 2000

Bücher

Zeitschriften

Produktbereiche Fachverlage heute

Corporate
Media

Events

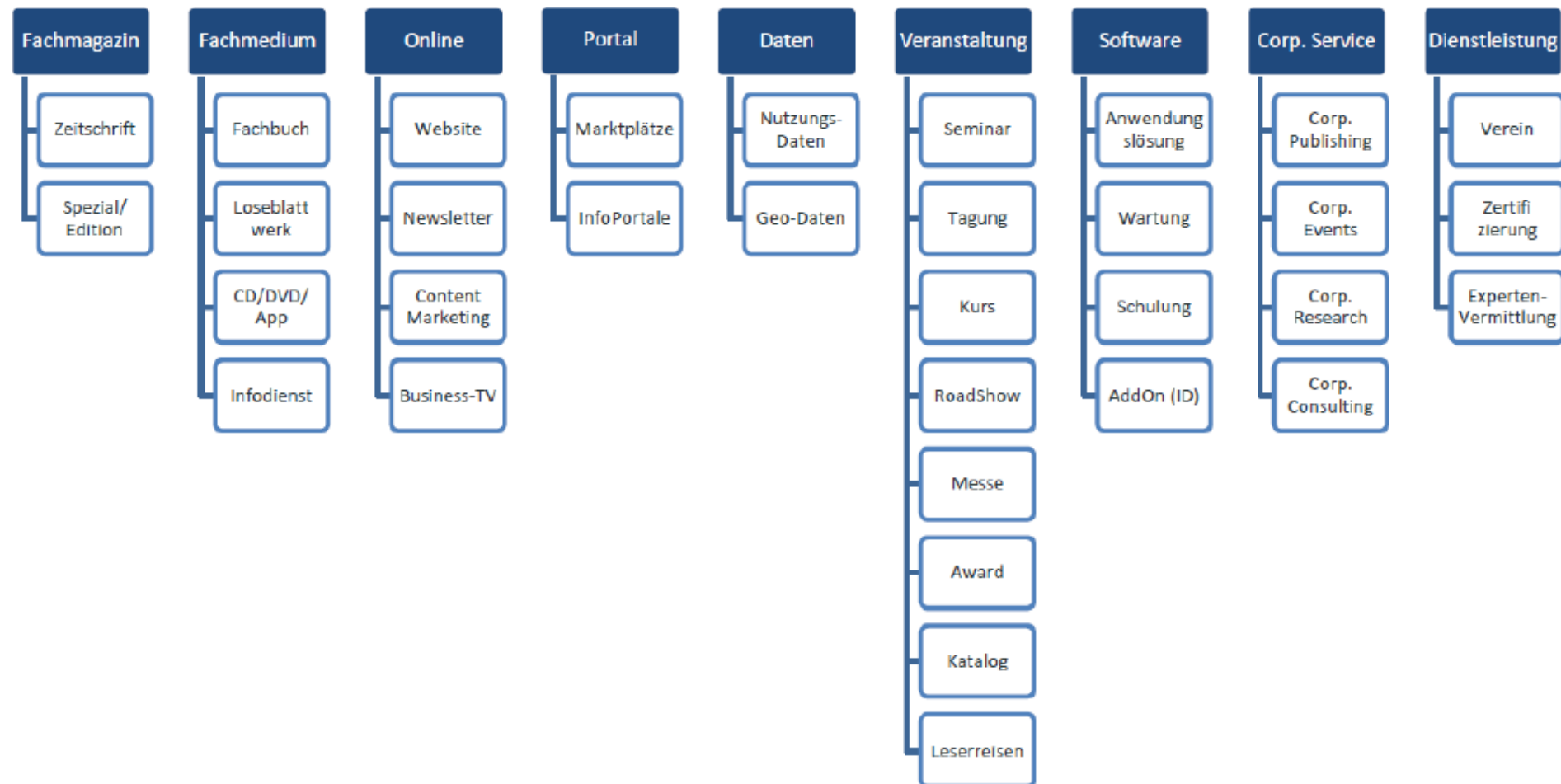
Bücher

Zeitschriften

Digitale
Medien

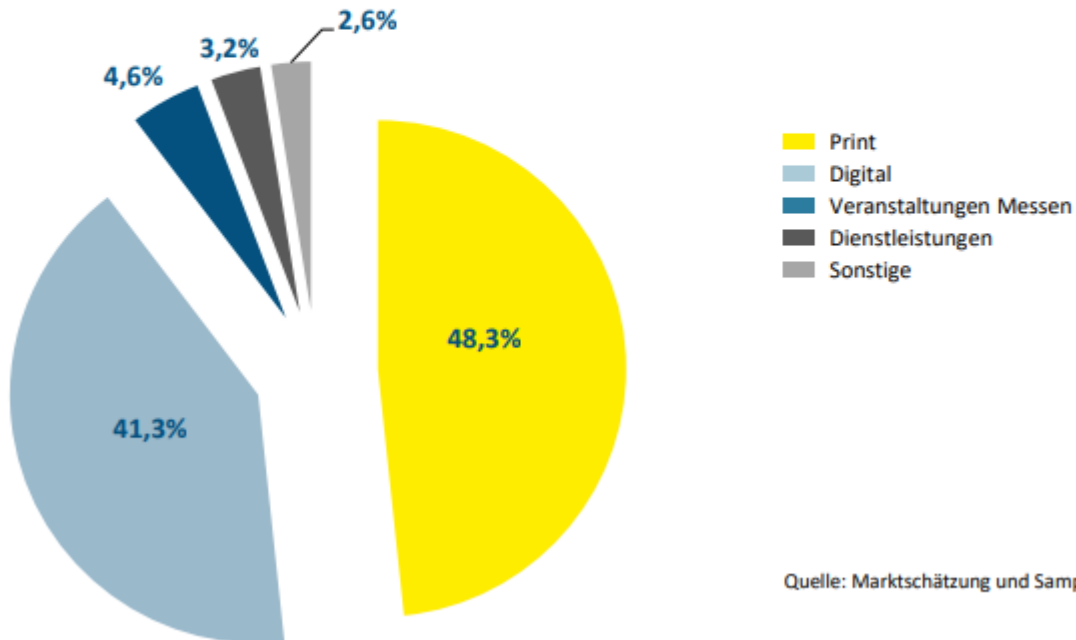
Software/
Workflow

Produktportfolio Fachmedienanbieter – anonym. Beispiel



Fachmedien

ANTEIL DER HAUPTERLÖSARTEN AM GESAMTUMSATZ 2020 (in %)



Quelle: Marktschätzung und Sample.

Quelle: Fachpresse-Statistik 2020

WICHTIGE MEDIENGRUPPEN FÜR DEN BERUF

Bitte markieren Sie alle Mediengruppen, die für Ihre berufliche Tätigkeit besonders wichtig sind.

	Gesamt	Selbst- ständige	Freie Berufe	Leitende Angestellte	Beamte
Basis	100	100	100	100	100
Branchenspezifische Fachzeitschriften	75	76	85	72	71
Internetseiten von Herstellern, Händlern oder Dienstleistern	53	63	46	54	28
Internetseiten der Zeitschriften und Zeitungen	42	40	29	44	55
Überregionale Tages- und Wochenzeitungen	40	39	35	38	61
Politik- und Wirtschaftsmagazine/ -zeitschriften	40	36	31	41	58
Soziale Netzwerke	39	44	36	38	31
Newsletter von Zeitschriften und Zeitungen	22	28	13	23	24
Fernsehen	21	25	18	19	35

Angaben in %

Quelle: LAE 2021

WICHTIGE MEDIENGRUPPEN FÜR DEN BERUF

Bitte markieren Sie alle Mediengruppen, die für Ihre berufliche Tätigkeit besonders wichtig sind.

	Gesamt	Selbst- ständige	Freie Berufe	Leitende Angestellte	Beamte
Basis	100	100	100	100	100
Branchenspezifische Fachzeitschriften	75	76	85	72	71
Internetseiten von Herstellern, Händlern oder Dienstleistern	53	63	46	54	28
Internetseiten der Zeitschriften und Zeitungen	42	40	29	44	55
Überregionale Tages- und Wochenzeitungen	40	39	35	38	61
Politik- und Wirtschaftsmagazine/ -zeitschriften	40	36	31	41	58
Soziale Netzwerke	39	44	36	38	31
Newsletter von Zeitschriften und Zeitungen	22	28	13	23	24
Fernsehen	21	25	18	19	35

Angaben in %

Quelle: LAE 2021

Struktur Fachmedienmarkt



HAUFE.Group

 Validatis | Bundesanzeiger Verlag

≡ **Tropal Media** ≡

SPRINGER **NATURE**



VOGEL COMMUNICATIONS
GROUP



 Wolters Kluwer

dfv Mediengruppe

Werbeerlöse

Vertriebserlöse

Herausforderungen Rahmenbedingungen

- Urheberrecht: UrhWissG (Ausnahmen § 60a Unterricht und Lehre), VG-Wort-Beteiligung, Leistungsschutzrecht
- Datenschutz, DSGVO (Cookies, Adressmanagement)
- Abwehr von Einschränkungen (Abolaufzeiten, Telefonmarketing, Werbeverbote)
- Diskriminierungsfreier Zugang zu marktbeherrschenden Plattformen („Torwächter“)
- Presseförderung
- Postpreise
- Papierpreise

Herausforderungen Interne Organisation

- Digitalisierung der Produkte & Services, Geschäftsmodelle
- Unternehmensorganisation, Prozesse („New Work“)
- Produktentwicklung (Inhalte & Werbung) (Agil)
- Mitarbeiter:innen (Qualifizierung, Employer Branding)
- IT (CMS, CRM, Paid Content, Produkte)
- Identität, Wer bin ich?, Verlag?

Herausforderungen Markt

- Neue Mitbewerber
 - Messen
 - Rubrikenmärkte (Stellenbörsen)
 - Neue Marktteilnehmer, die nicht aus dem Fachmedienbereich kommen
 - „Start-ups“
 - Coliquio (Ärzte-Community)
 - Amboss (Studierende, Ärzte)
 - Industry Arena (Online-Marktplatz Produktion)
 - Table Media (Sebastian Turner)
- Volatile Werbemärkte
- Veränderung B2B-Marketing (Digitalisierung, Kundenkommunikation)
- Veränderung Vertrieb (Buying Center)
- Nutzungsgewohnheiten der Kunden (geprägt durch E-Commerce, Plattformen, Entertainment)