

DEUTSCHE

FACHPRESSE

Fachpresse-Statistik 2017

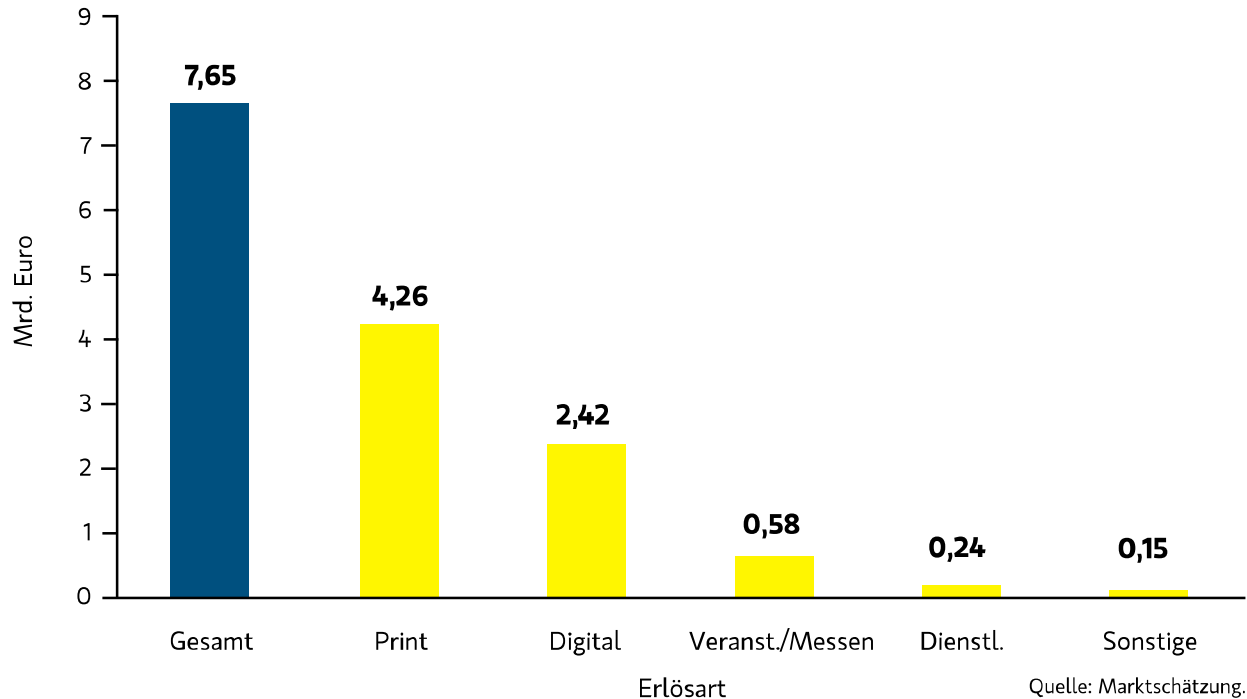
Zahlen zum deutschen Fachmedienmarkt

Fachmedien

DEUTSCHE

FACHPRESSE

GESCHÄTZTE BRANCHENUMSÄTZE 2017 (in Mrd. Euro)



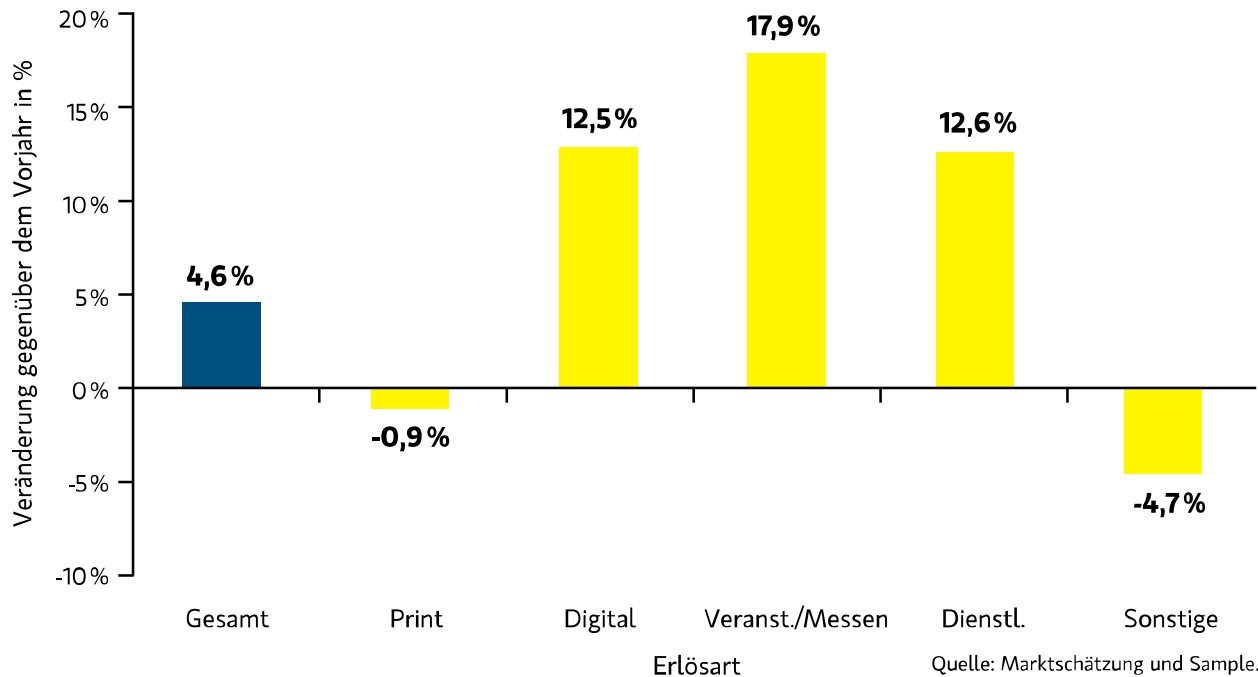
Die Marktschätzung für das Jahr 2017 hat einen Branchenumsatz von insgesamt 7,65 Mrd. Euro ergeben. Auf den Printbereich (also gedruckte Fachzeitschriften und gedruckte Fachbücher) entfallen 4,26 Mrd. Euro. Mit digitalen Produkten erlösen die Fachverlage 2,42 Mrd. Euro.

Fachmedien

DEUTSCHE

FACHPRESSE

VERÄNDERUNGSRATEN DER HAUPTERLÖSARTEN GEGENÜBER 2016 (in %)



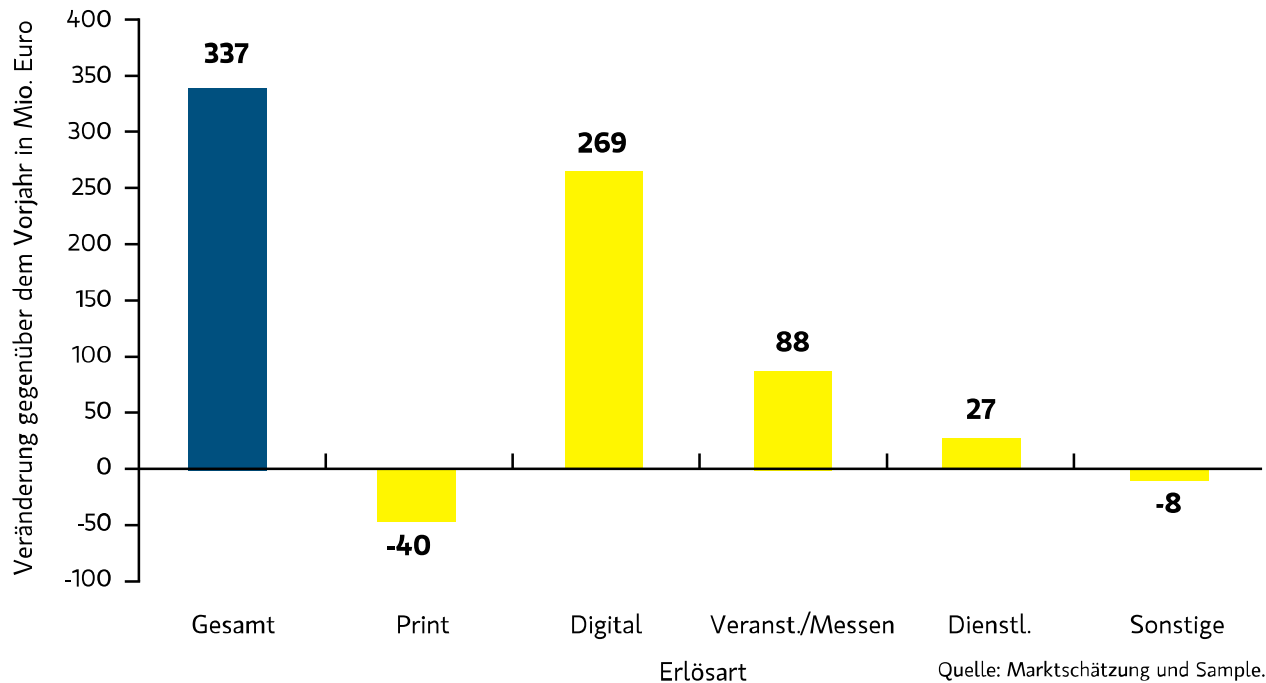
Gegenüber dem Jahr 2016 steigen die gesamten Fachmedienerlöse um 4,6%. Dabei schrumpft der Printbereich um 0,9%, während die Digitalen Medien (+12,5%), als auch die Veranstaltungs- und Dienstleistungserlöse mit zweistelligen Raten wachsen.

Fachmedien

DEUTSCHE

FACHPRESSE

VERÄNDERUNGSRATEN DER HAUPTERLÖSARTEN
VON 2016 ZU 2017 (in Mio. Euro)



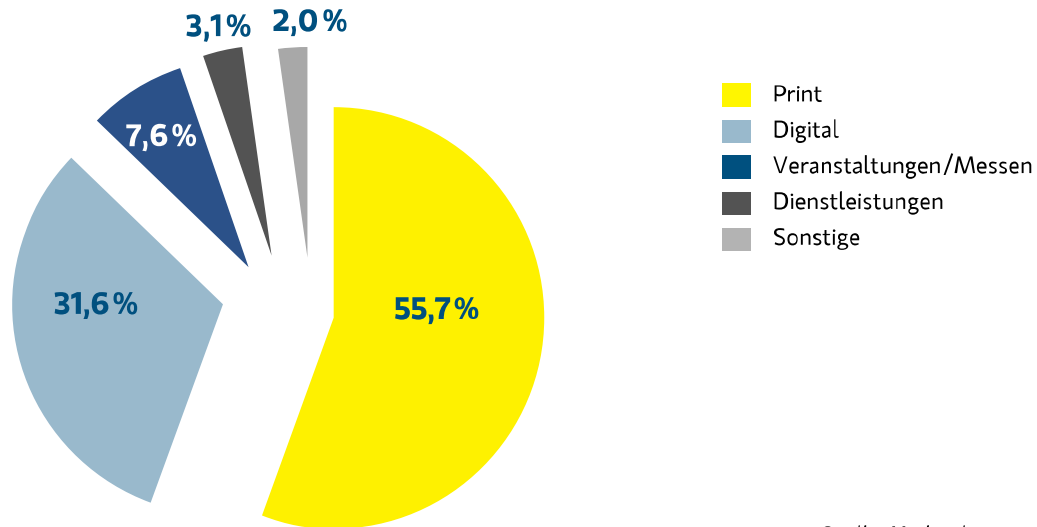
Betrachtet man nicht Veränderungsdaten, sondern die Veränderungen in Mio. Euro, erkennt man deutlich die Beiträge der einzelnen Erlösarten zum Gesamtwachstum: Die wesentlichen Wachstumstreiber sind dabei die Erlöse aus Digitalen Medien, die um 269 Mio. Euro wachsen und damit fast 80% der Gesamterlösveränderung (337 Mio. Euro) erklären. Es folgen die gestiegenen Veranstaltungserlöse, während die rückläufigen Printerlöse das Gesamtwachstum um 40 Mio. Euro dämpfen.

Fachmedien

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ANTEIL DER HAUPTERLÖSARTEN AM GESAMTUMSATZ 2017 (in %)



Quelle: Marktschätzung.

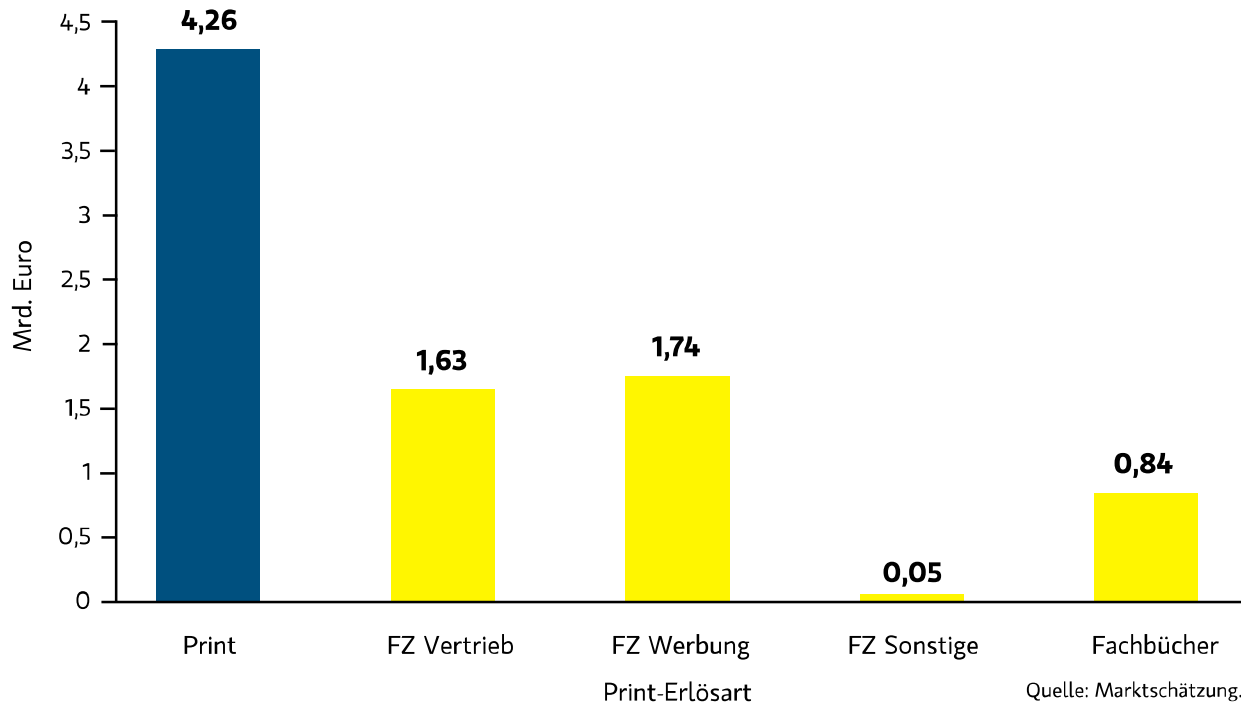
Mit 55,7% ist der Printbereich die wichtigste Erlösart der Fachverlage. Digitale Produkte tragen mit 31,6% und Veranstaltungen/Messen mit 7,6% zum Gesamtumsatz bei.

Print Umsatzstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

GESCHÄTZTE PRINTUMSÄTZE 2017 (in Mrd. Euro)



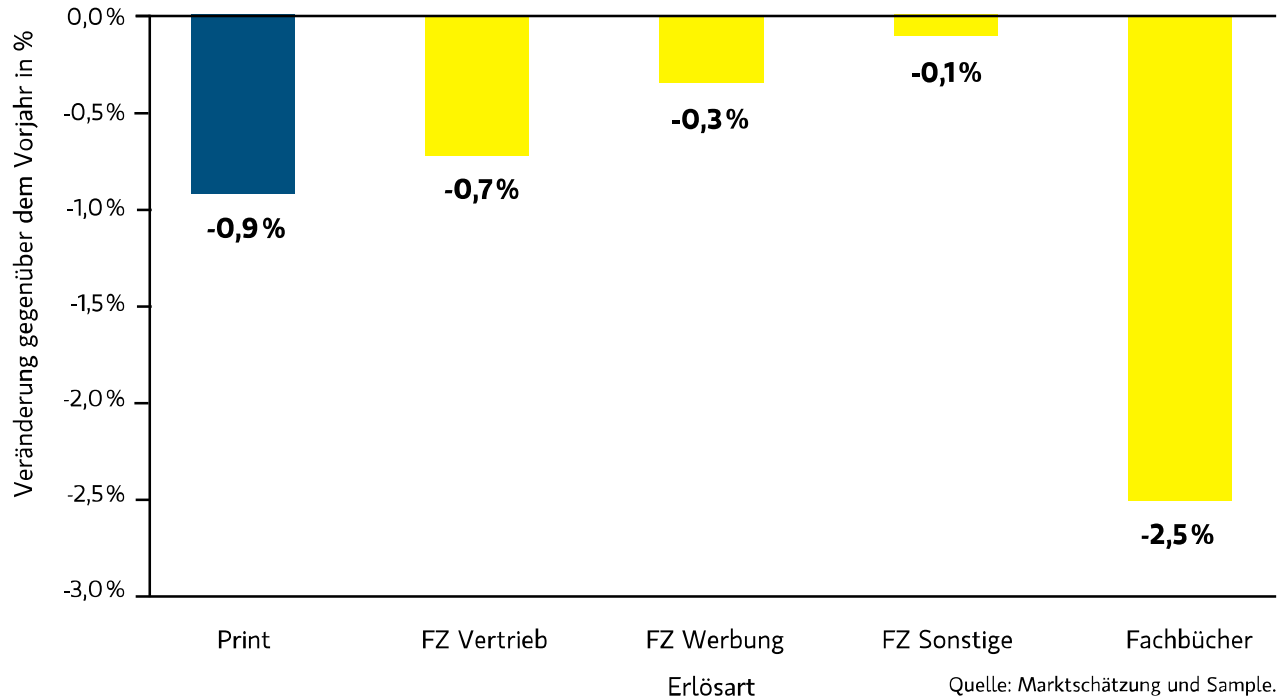
Der Printbereich erwirtschaftet einen Umsatz von insgesamt 4,26 Mrd. Euro und ist vor allem durch das Fachzeitschriftengeschäft geprägt. Der Fachzeitschriftenvertrieb weist ein Umsatzvolumen von 1,63 Mrd. Euro und die Fachzeitschriftenwerbung ein Umsatzvolumen von 1,74 Mrd. Euro auf. Mit Fachbüchern Erlösen die Fachverlage 0,84 Mrd. Euro.

Print Umsatzstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

VERÄNDERUNGSRATEN DER PRINTERLÖSARTEN
GEGENÜBER 2016 (in %)



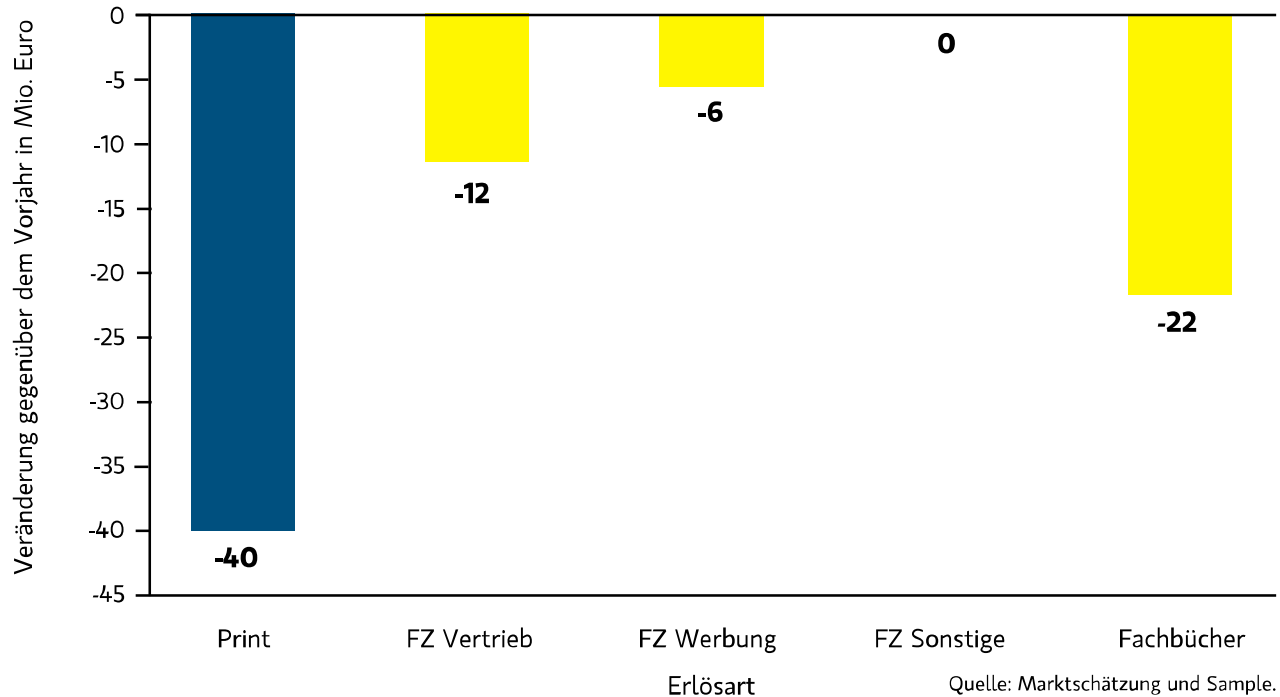
In 2017 sinken alle Erlösarten des Printbereichs. Während alle Zeitschriftenerlösarten nur moderat zurück gehen (maximal um 0,7%), sinken die Fachbuecherlöse um 2,5%.

Print Umsatzstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

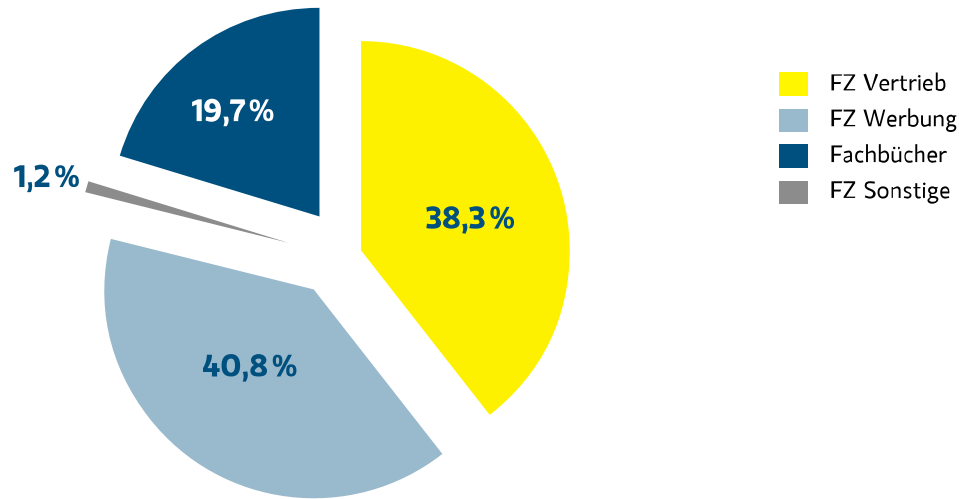
VERÄNDERUNGSRATEN DER PRINTERLÖSARTEN
VON 2016 ZU 2017 (in Mio. Euro)



Die Printerlöse schrumpfen in 2017 um 40 Mio. Euro. Trotz des geringen Umsatzanteils von nur 20% zeichnen hierfür v.a. die Fachbüchererlöse verantwortlich, auf die mehr als die Hälfte des Erlösrückgangs entfallen.

Print Umsatzstruktur

ANTEIL DER ERLÖSARTEN DES PRINTUMSATZES 2017 (in %)



Quelle: Marktschätzung.

38,3% der Printerlöse entfallen auf den Fachzeitschriftenvertrieb und 40,8% auf die Fachzeitschriftenwerbung. 20% der Printerlöse entfallen auf Fachbücher.

DEUTSCHE

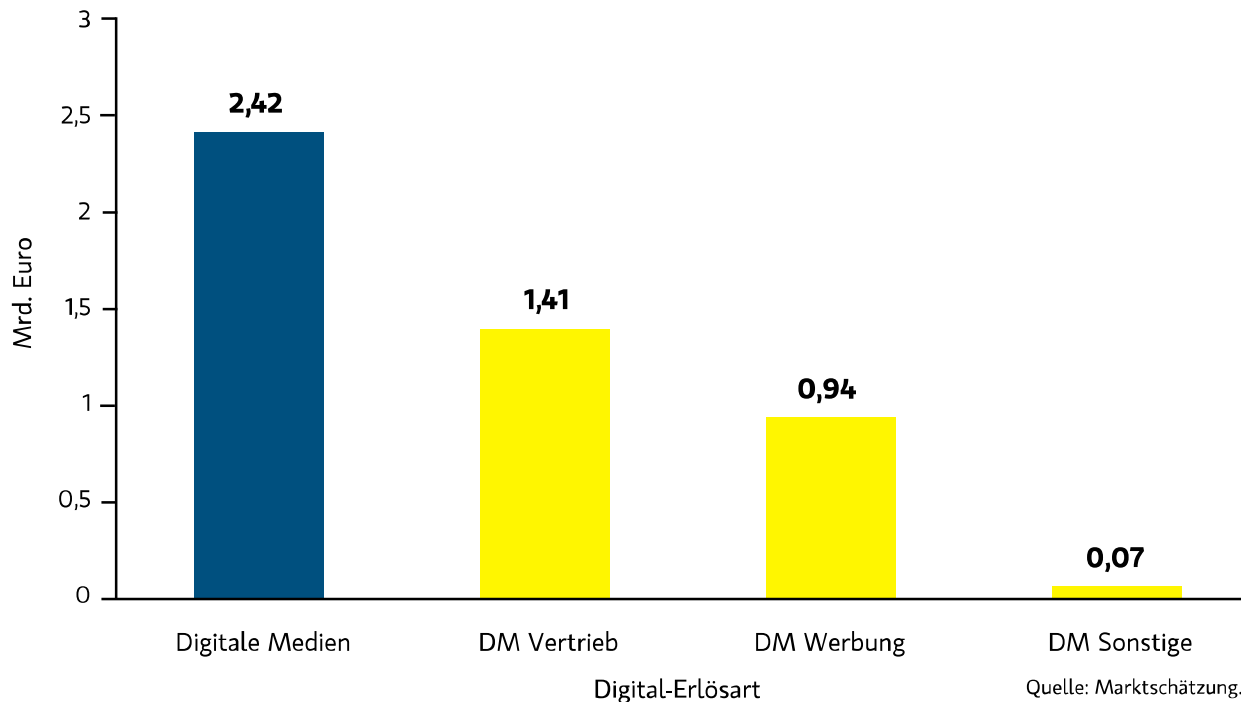
FACHPRESSE

Digital Umsatzstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

GESCHÄTZTE DIGITALUMSÄTZE 2017 (in Mrd. Euro)



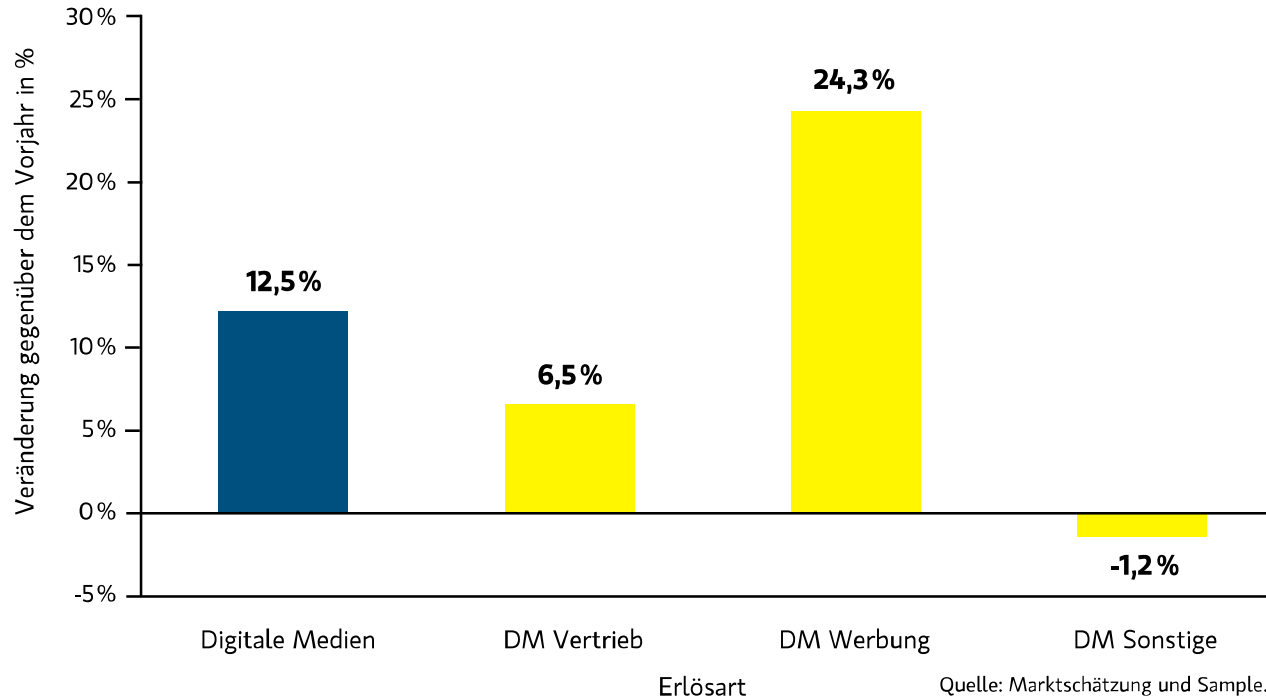
-Die Branche erzielte 2017 einen Umsatz mit Digitalen Medien in Höhe von 2,42 Mrd. Euro. Mit 1,41 Mrd. Euro sind die Vertriebs Erlöse die wichtigste Erlösart dieses Bereichs. Digitale Werbung erwirtschaftet einen Umsatz von 0,94 Mrd. Euro.

Digital Umsatzstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

VERÄNDERUNGSRATEN DER HAUPTERLÖSARTEN
GEGENÜBER 2016 (in %)



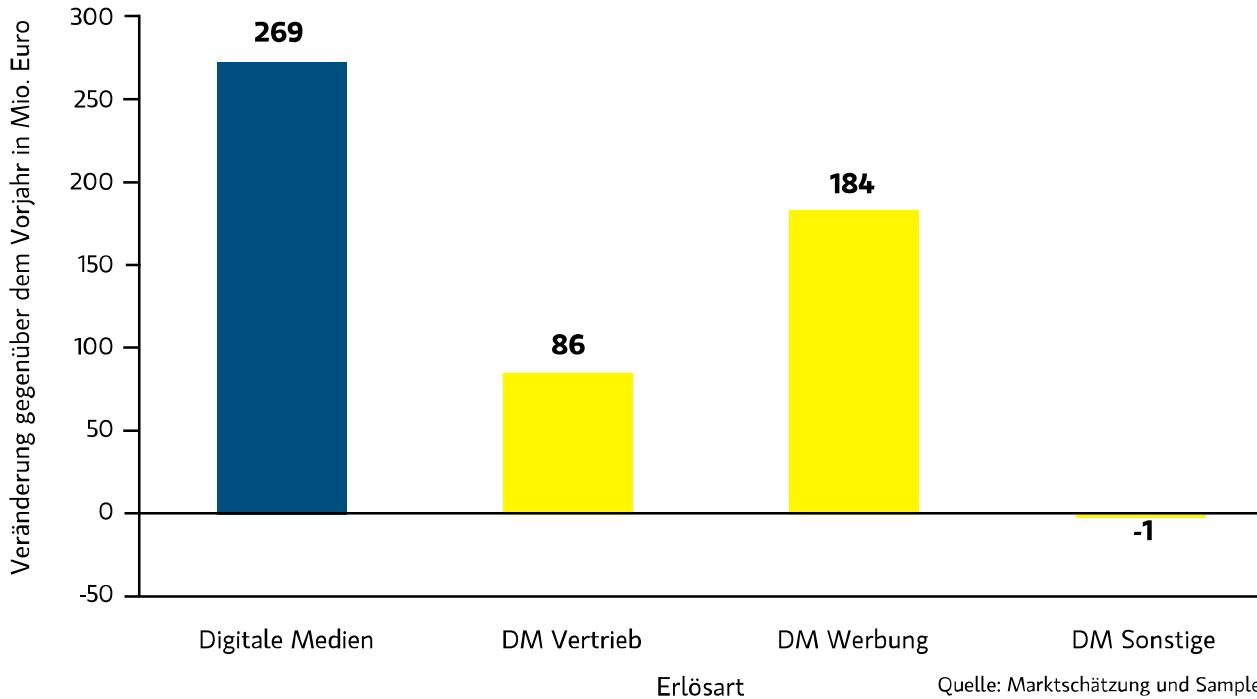
Insgesamt wachsen die Digitalen Erlöse in 2017 um 12,5%. Sehr dynamisch entwickeln sich die Werbeerlöse (+24,3%).

Digital Umsatzstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

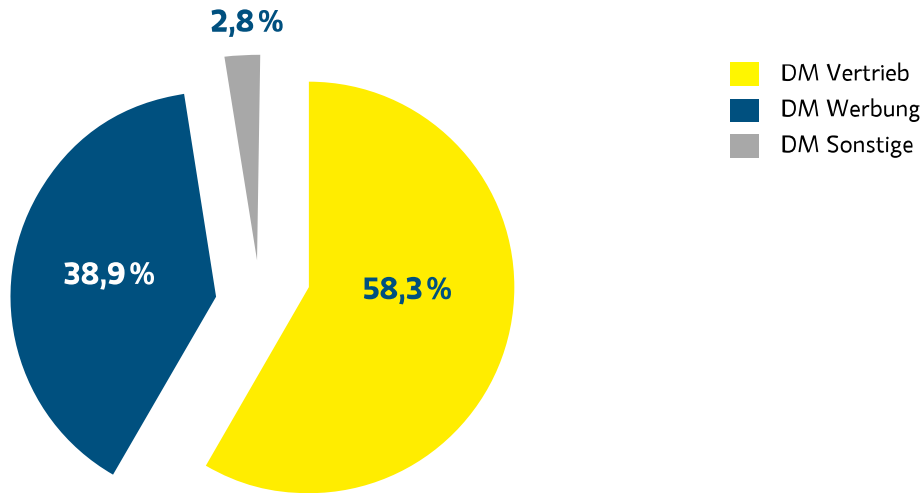
VERÄNDERUNG DER DIGITALERLÖSARTEN
VON 2016 ZU 2017 (in Mio. Euro)



Der Umsatz mit Digitalen Medien steigt in 2017 um 269 Mio. Euro. Dieser Anstieg ist zu mehr als zwei Dritteln auf die deutlich steigenden Werberlöse zurückzuführen (+184 Mio. Euro).

Digital Umsatzstruktur

ANTEIL DER ERLÖSARTEN DES DIGITALUMSATZES 2017 (in %)



Quelle: Marktschätzung.

Der Vertriebsanteil macht bei den Digitalen Medien 58,3% aus, auf die Werbeerlöse entfallen 38,9%, auf sonstige digitale Erlöse lediglich 2,8%.

DEUTSCHE

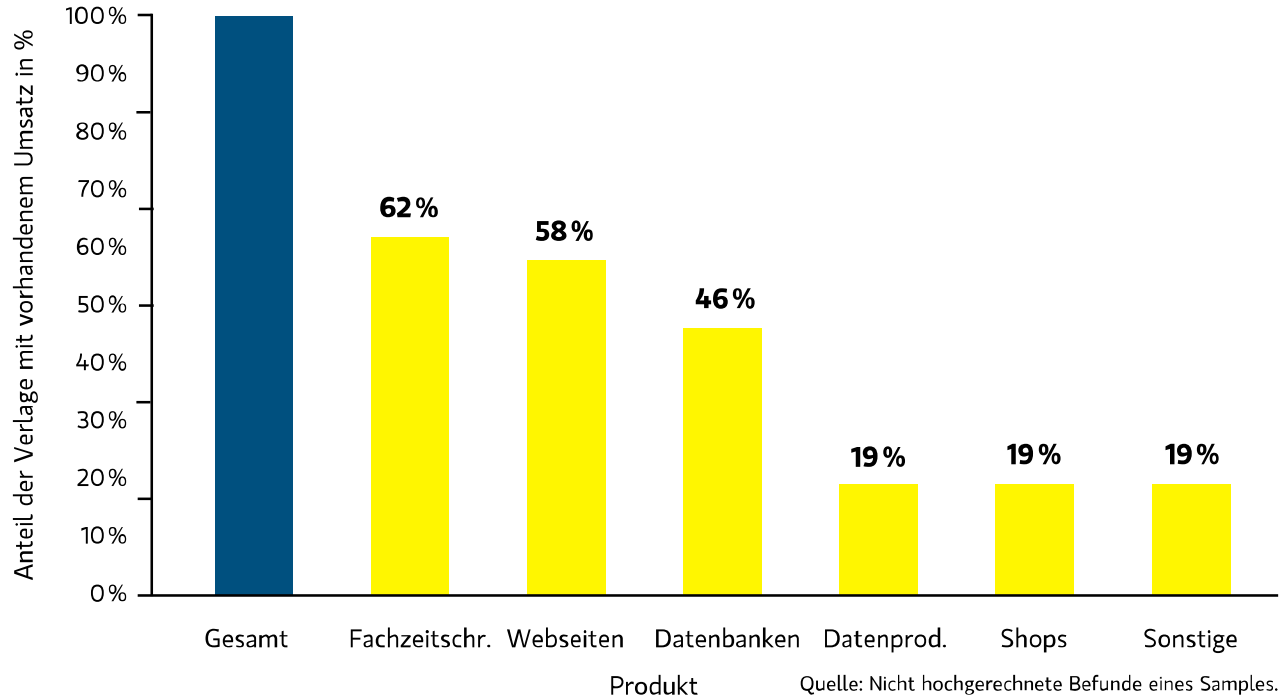
FACHPRESSE

Digital Produktstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ANTEIL DER FACHVERLAGE MIT DEN VERSCHIEDENEN DIGITALEN PRODUKTEN



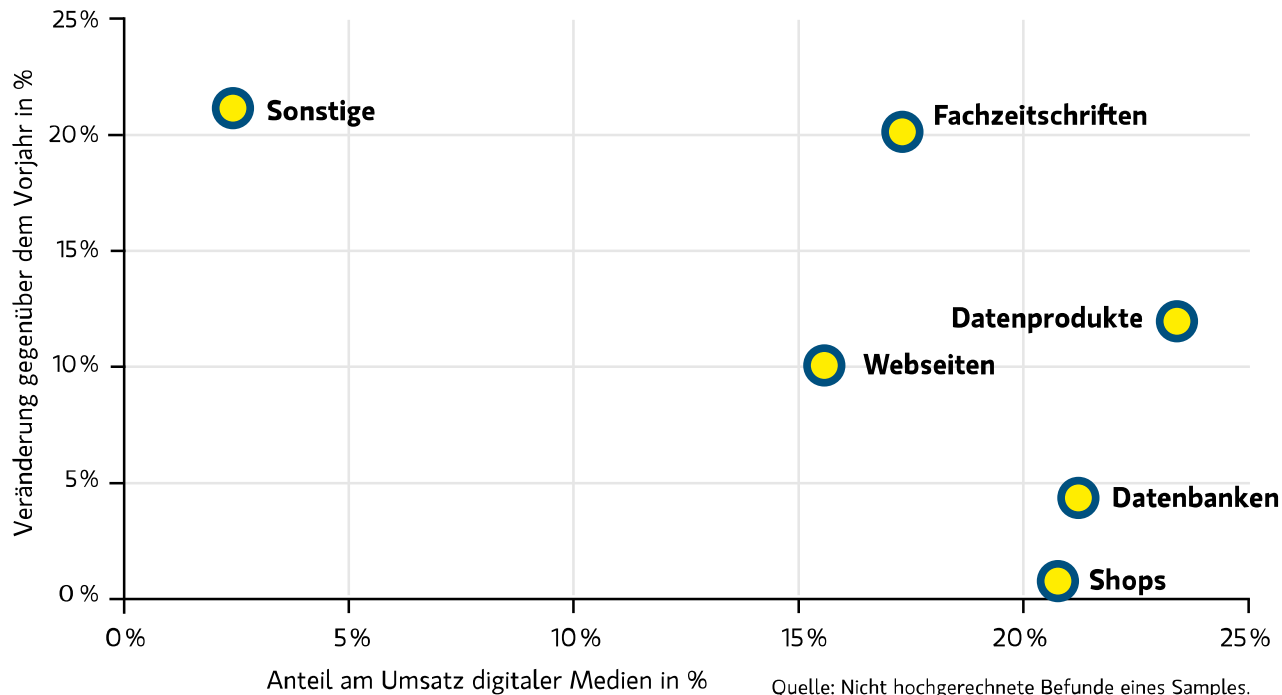
Diese Detailauswertung zur Produktstruktur der Digitalen Medien basiert allein auf einem Sample und konnte wegen teils zu geringer Fallzahlen nicht hochgerechnet werden. Alle meldenden Fachverlage machen inzwischen auch digitalen Umsatz. Während 62% der Fachverlage digitale Zeitschriften verlegen, macht nur jeder fünfte Fachverlag Umsätze mit Datenprodukten und Shops. Erlöse aus Webseiten melden etwas mehr als die Hälfte der Verlage, Datenbankerlöse etwas weniger als die Hälfte der Verlage.

Digital Produktstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

STRUKTUR UND DYNAMIK DIGITALER PRODUKTE 2017



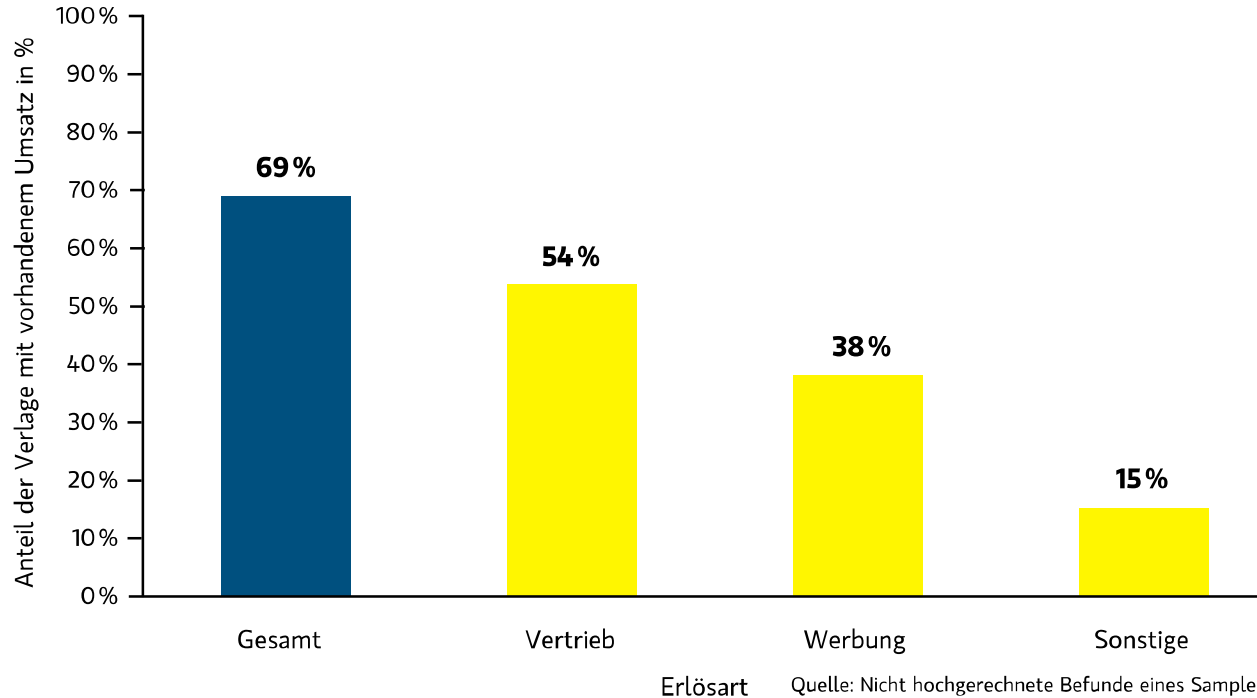
Ein deutliches Wachstum von etwa 20% zeigt sich bei den Digitalen Fachzeitschriften, die knapp ein Sechstel zum Digitalumsatz beitragen. Erlöse aus Webseiten wachsen um etwa 10%. Datenprodukte und Shops werden von eher größeren Fachverlagen angeboten. Während sich die Erlöse aus Datenprodukten um etwa 12% steigern, fällt das Wachstum der Shopperlöse sehr niedrig aus.

Veranstaltungen Umsatzstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ANTEIL DER VERLAGE MIT DEN VERSCHIEDENEN
VERANSTALTUNGSERLÖSARTEN



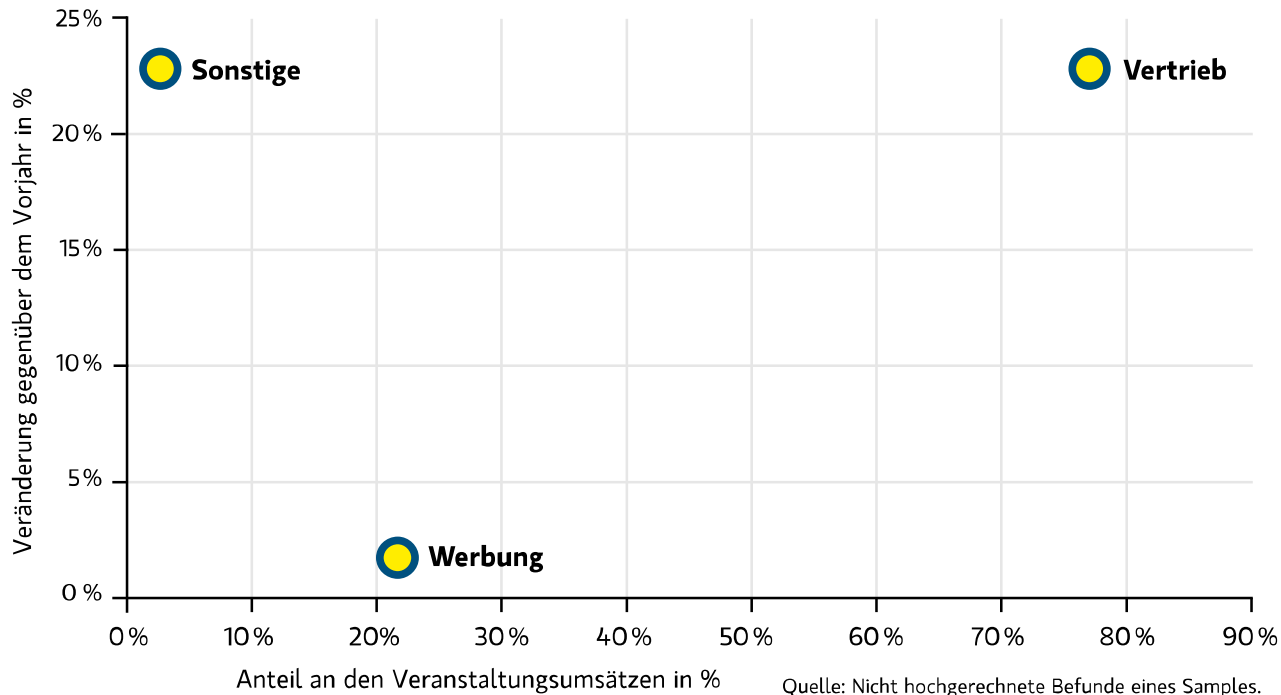
Diese Detailauswertung zur Umsatzstruktur der Veranstaltungen/Messen basiert allein auf einem Sample und konnte wegen teils zu geringer Fallzahlen nicht hochgerechnet werden. Etwa 7 von 10 Fachverlagen sind im Veranstaltungsgeschäft aktiv. Meist werden dabei Vertriebserlöse, weniger häufig auch Werbeerlöse erzielt.

Veranstaltungen Umsatzstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

STRUKTUR UND DYNAMIK DER VERANSTALTUNGSUMSÄTZE 2017



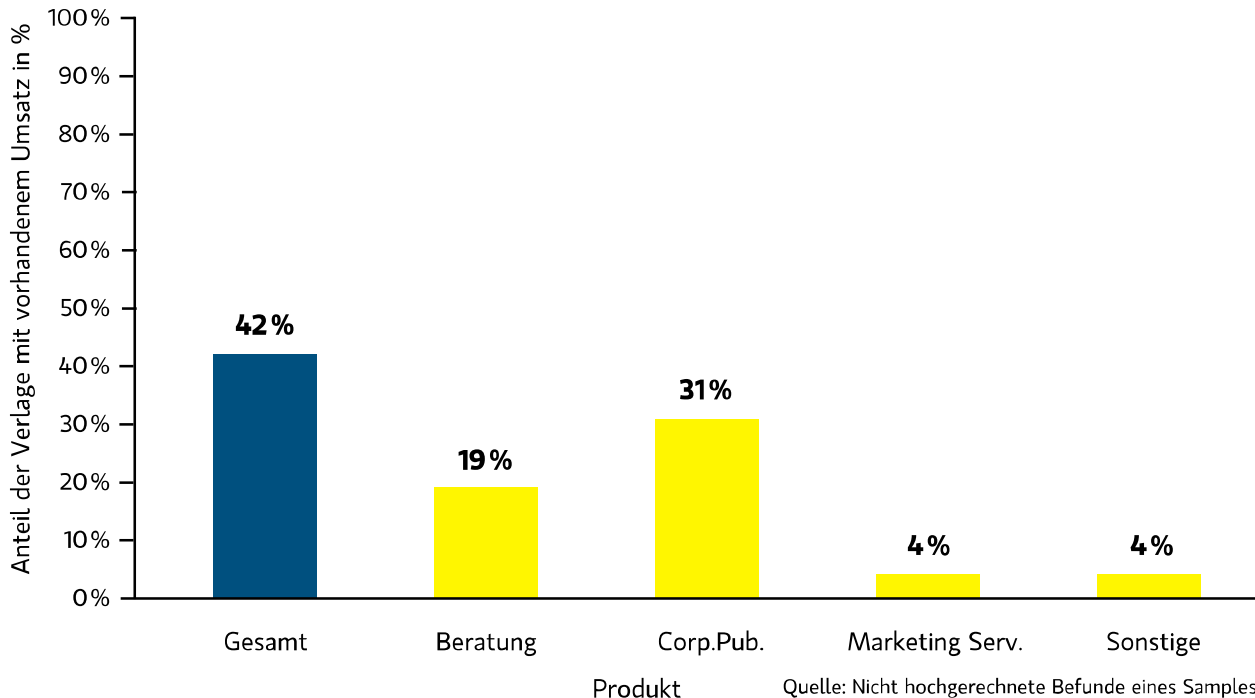
Das Gros der Veranstaltungserlöse stammt aus dem Vertrieb, der deutlich um mehr als 20% wächst. Die hier weniger bedeutsamen Werberlöse steigen in 2017 nur sehr moderat.

Dienstleistungen Produktstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ANTEIL DER VERLAGE MIT DEN VERSCHIEDENEN DIENSTLEISTUNGSPRODUKTEN



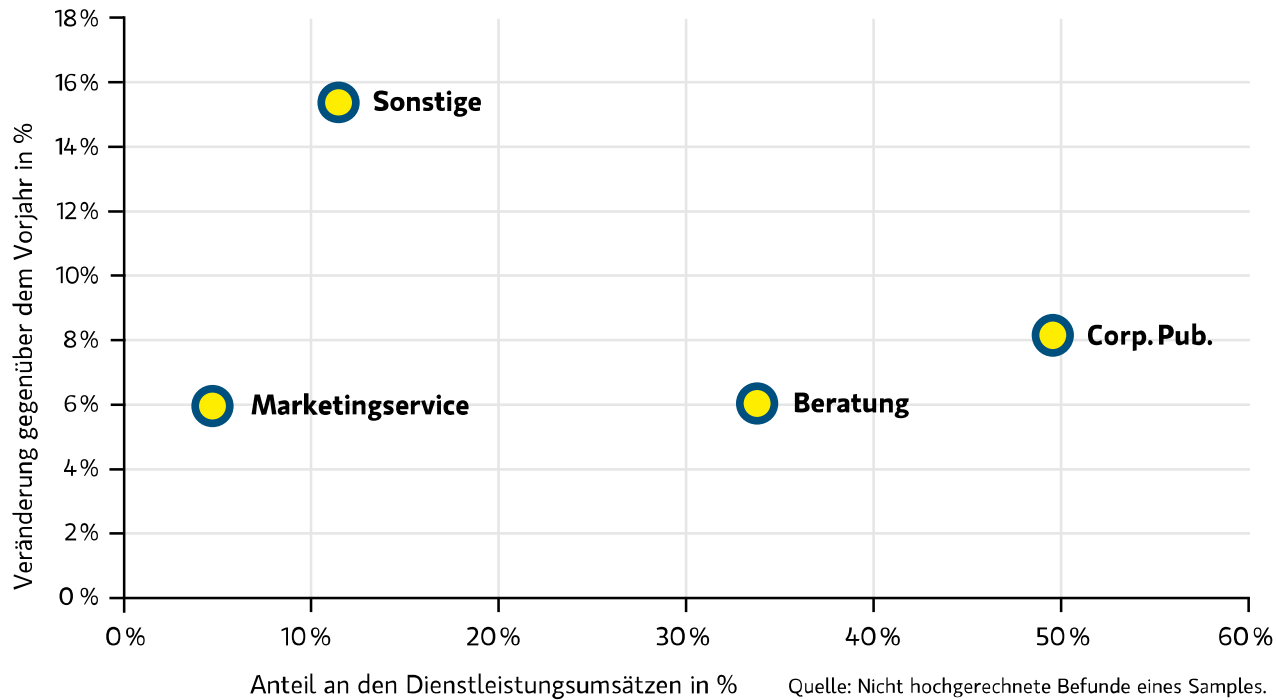
Diese Detailauswertung zur Produktstruktur der Dienstleistungen basiert allein auf einem Sample und konnte wegen teils zu geringer Fallzahlen nicht hochgerechnet werden. Insgesamt ist nicht einmal die Hälfte der teilnehmenden Fachverlage im Dienstleistungsbereich aktiv. Am verbreitetsten ist das Digital Publishing, das drei von 10 Verlagen betreiben.

Dienstleistungen Produktstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

STRUKTUR UND DYNAMIK DER DIENSTLEISTUNGSPRODUKTE 2017



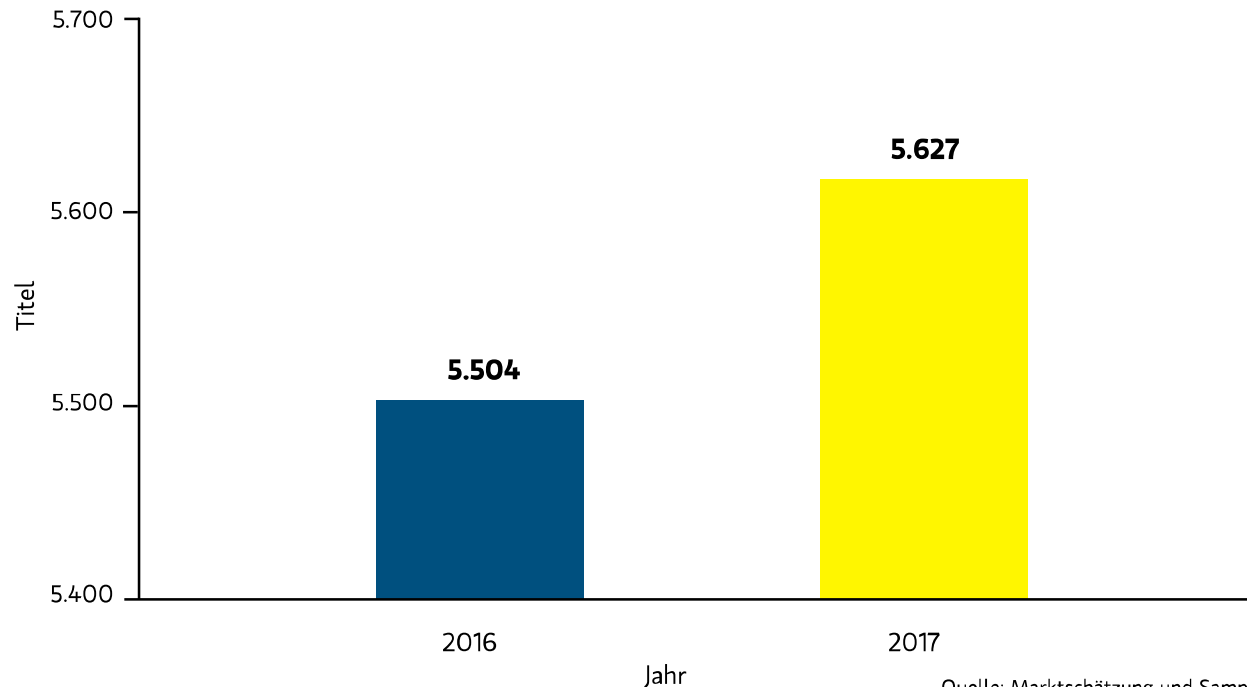
Etwa die Hälfte des Dienstleistungsumsatzes entfällt auf das Corporate Publishing, das in 2017 um etwa 8% wächst. Die Erlöse aus Beratung und Marketingservices wachsen um je etwa 6%.

Titelzahl und Auflagen

DEUTSCHE

FACHPRESSE

TITELZAHL FACHZEITSCHRIFTEN PRINT



Im Zuge der aktualisierten Marktschätzungen wurden auch Titelzahl und Auflagen neu geschätzt. Dazu wurde ebenfalls auf die Erhebungen der letzten Jahre zurückgegriffen und eine typische mittlere Beziehung zwischen dem Fachzeitschriftenumsatz und der Titelzahl bzw. der Auflagenhöhe ermittelt. Dabei ergaben sich für 2017 5627 Fachzeitschriftentitel. Gegenüber 2016 entspricht dies einem Anstieg um 2,2% (bzw. 123 Titel). Die Zahl der reinen Digitaltitel (ohne Print-Pendant) wurde erstmals in der aktuellen Befragung erhoben und erlaubt aktuell lediglich eine überschlägige Branchenschätzung von insgesamt 402 reinen Digitaltiteln.

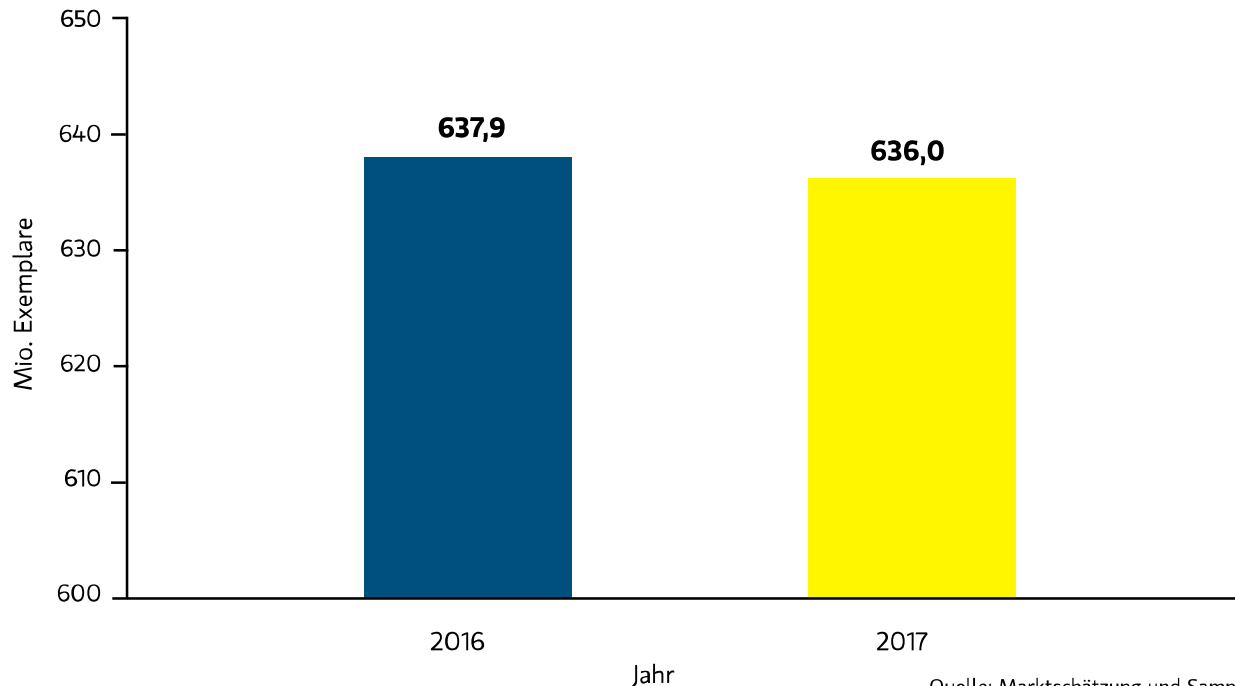
Quelle: Fachpresse-Statistik 2017 der Deutschen Fachpresse

Titelzahl und Auflagen

DEUTSCHE

FACHPRESSE

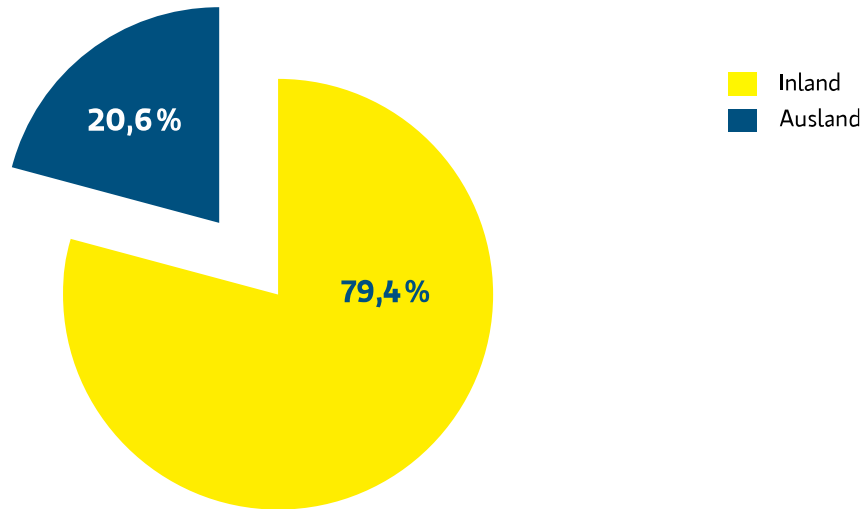
JAHRESAUFLAGE PRINT FACHZEITSCHRIFTEN



Die geschätzte Print-Jahresauflage beläuft sich in 2017 auf 636,0 Mio. Exemplare. Gegenüber 2016 sind die Auflagen um 0,3% gesunken. Einen deutlichen Anstieg von etwa 12% melden die Teilnehmer der aktuellen Befragung dagegen für die ePaper-Auflagen. Je Titel sinken die Auflagen um ca. 2,5%.

Auslandsumsatz

AUSLANDSUMSATZ (in %)



Quelle: Fortschreibung eines Samples.

Der Anteil des Auslandsumsatzes steigt um 1,5 Prozentpunkte von 19,1% im Jahr 2016 auf 20,6% im Jahr 2017.

DEUTSCHE

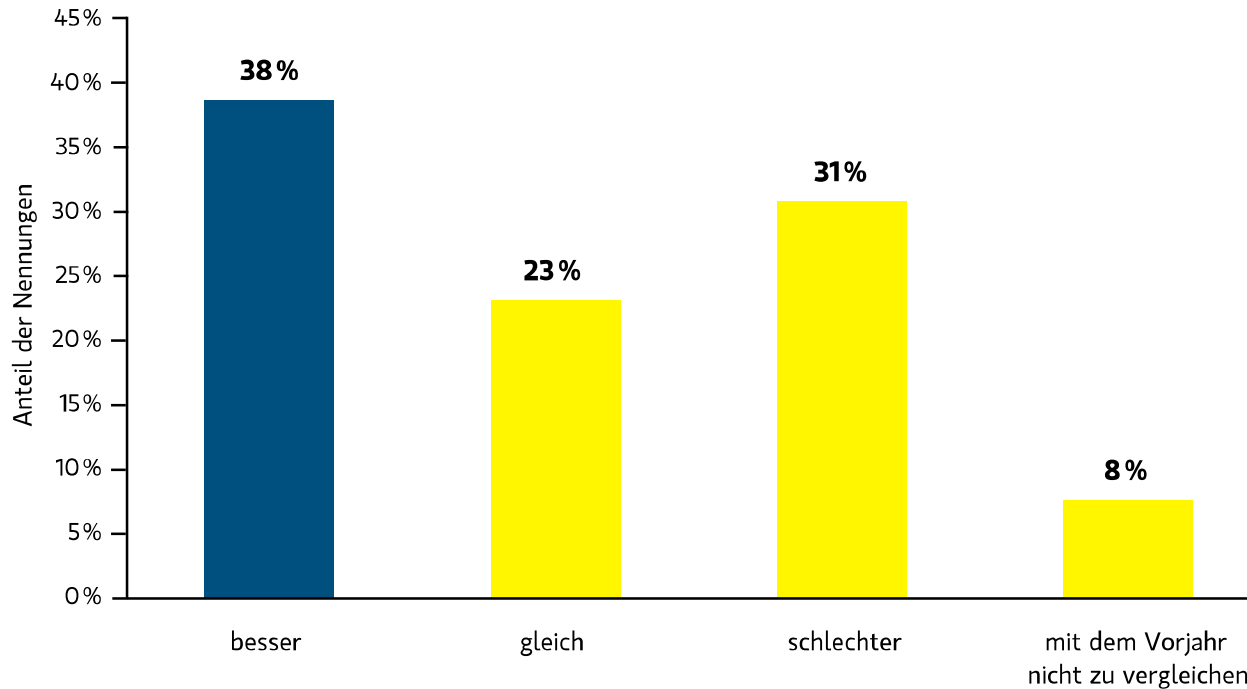
FACHPRESSE

Beurteilung und Erwartung

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ENTWICKLUNG DES JAHRESERGEBNISSES 2017 GEGENÜBER 2016



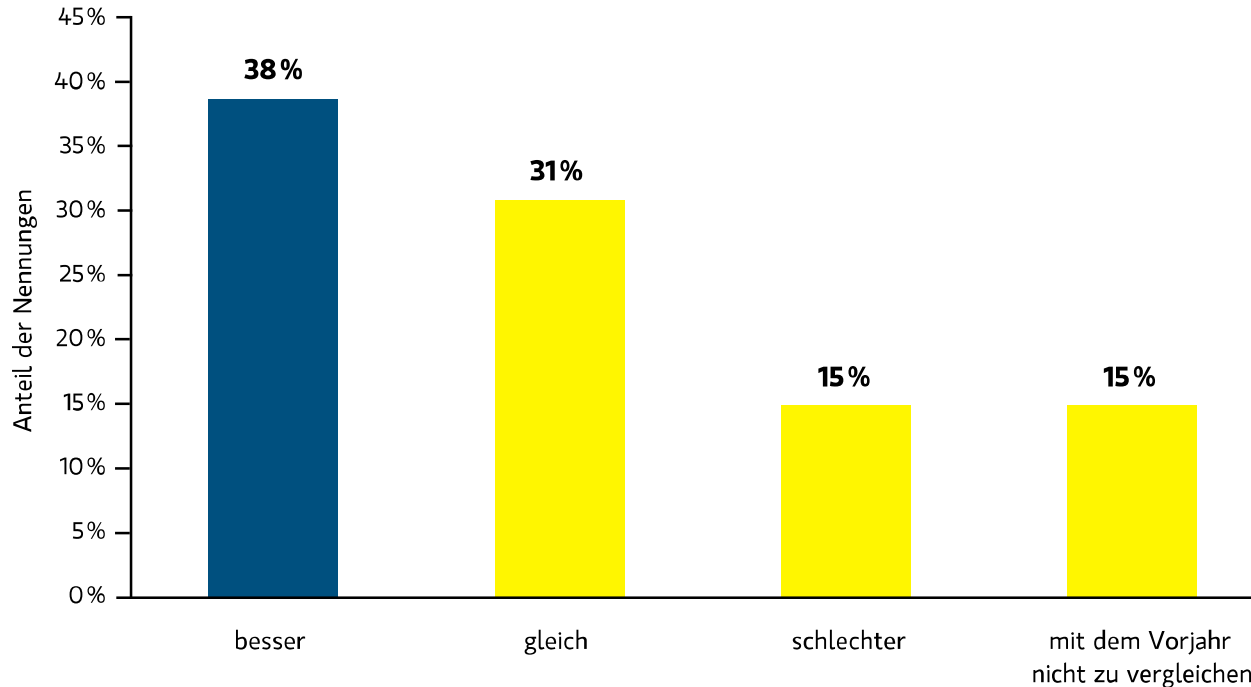
Eine knappe relative Mehrheit der Fachverlage (38%) sieht in 2017 gegenüber dem Vorjahr eine Verbesserung des Jahresergebnisses. Jedoch melden 31% der Teilnehmer auch eine Verschlechterung.

Beurteilung und Erwartung

DEUTSCHE

FACHPRESSE

FÜR 2018 ERWARTETE JAHRESERGEBNISENTWICKLUNG



Quelle: Nicht hochgerechnete Befunde eines Samples.

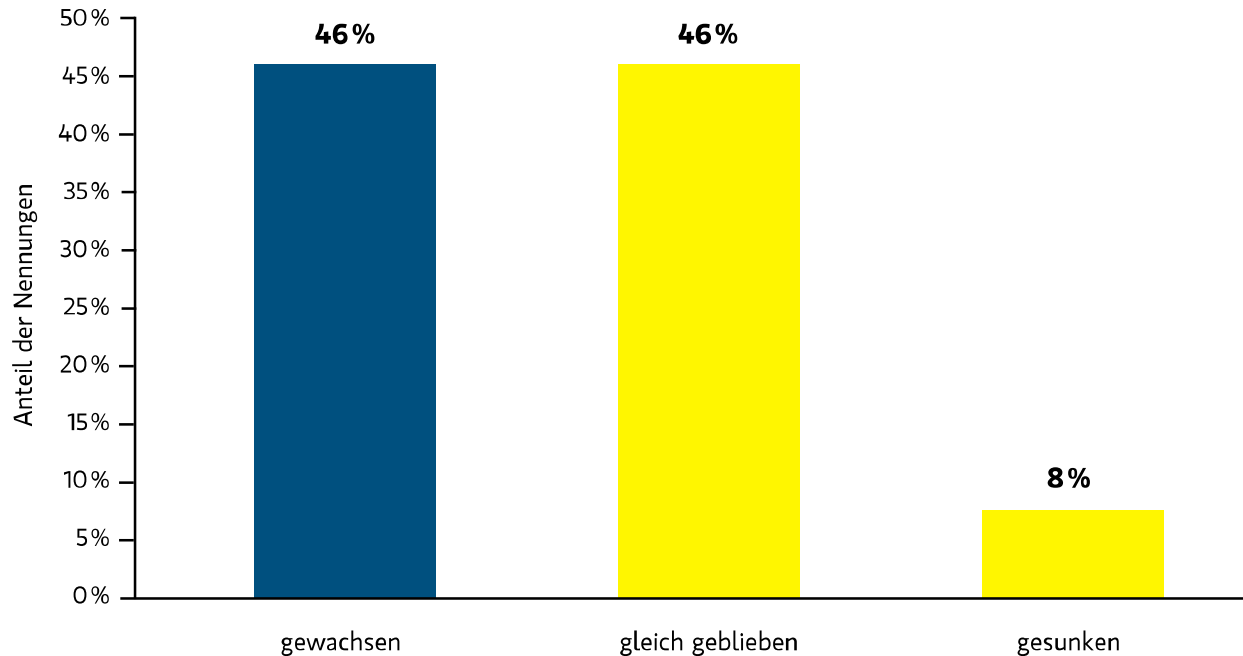
Positiver als die Beurteilung des Jahresergebnisses 2017 fallen die Erwartungen zum Jahresergebnis 2018 aus: Nur rund jeder siebte Verlag erwartet hier für das laufende Jahr eine Verschlechterung gegenüber 2017.

Beurteilung und Erwartung

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ENTWICKLUNG DER MITARBEITERZAHL 2017 GEGENÜBER 2016



Quelle: Nicht hochgerechnete Befunde eines Samples.

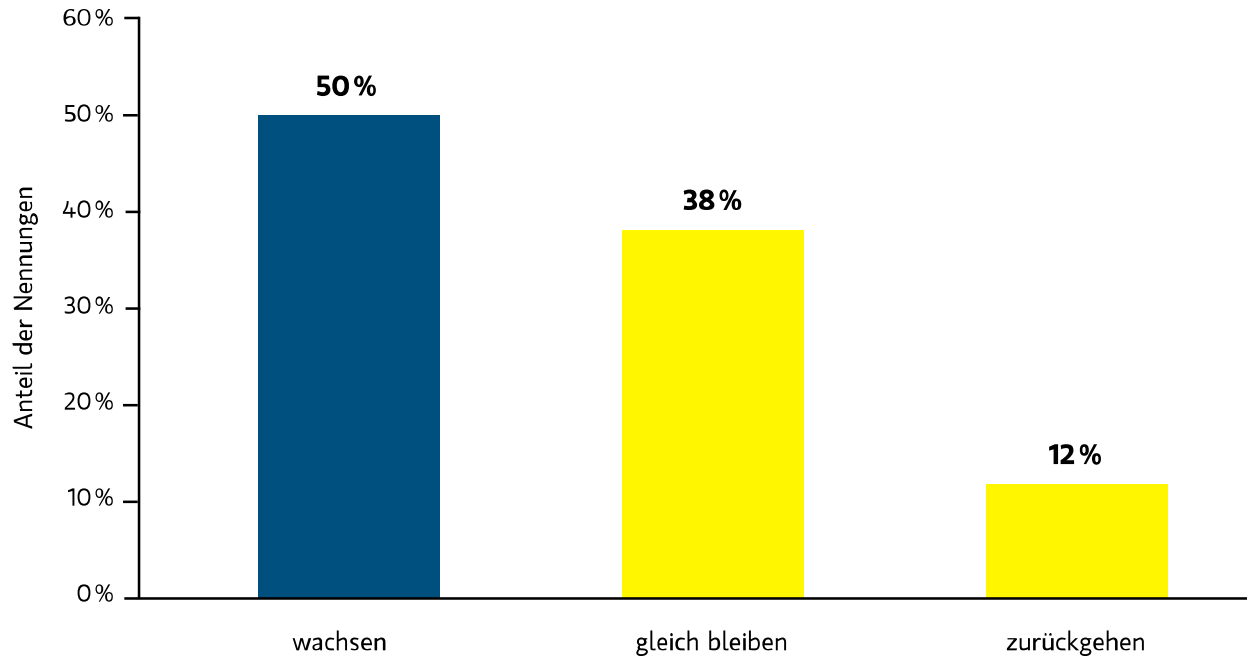
Anders als die Jahresergebnisbeurteilung fällt die Beurteilung der Personalentwicklung aus: In nur 8% der Verlage mußte Personal abgebaut werden. In den übrigen Verlagen konnte die Mitarbeiterzahl gehalten oder ausgebaut werden.

Beurteilung und Erwartung

DEUTSCHE

FACHPRESSE

FÜR 2018 ERWARTETE ENTWICKLUNG DER MITARBEITERZAHL



Quelle: Nicht hochgerechnete Befunde eines Samples.

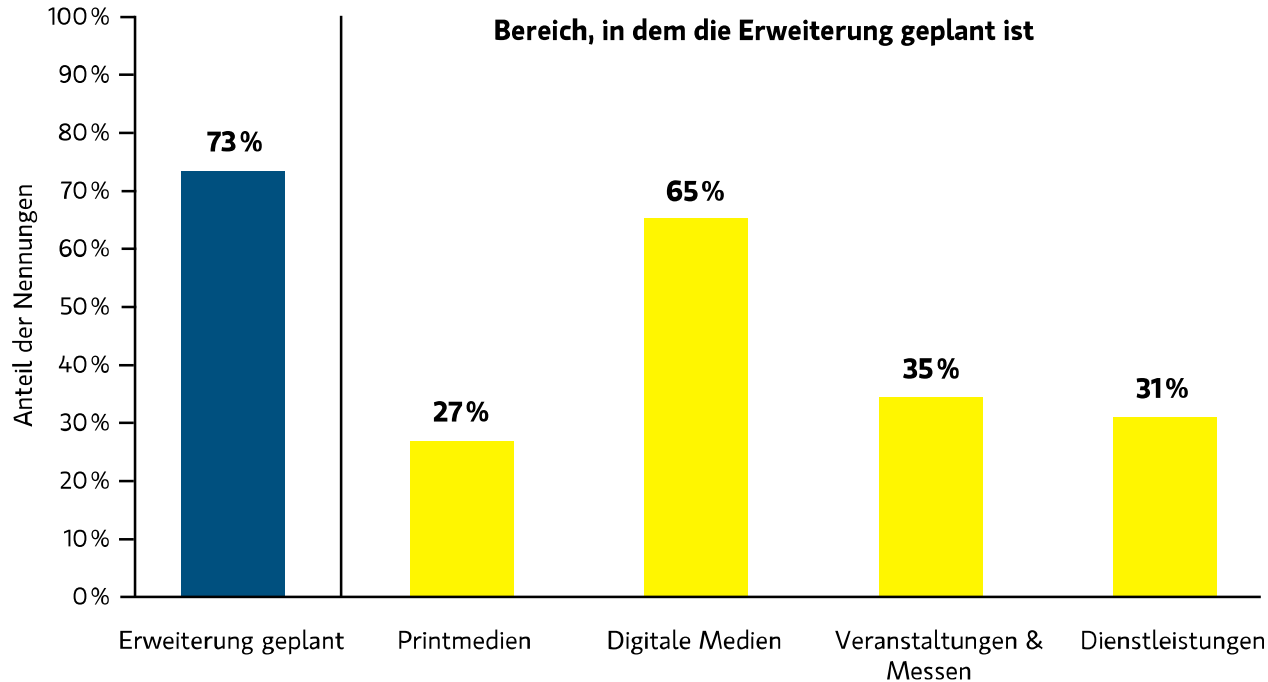
Auch für 2018 gehen die Fachverlage von einer ähnlich günstigen Personalentwicklung aus wie in 2017.

Beurteilung und Erwartung

DEUTSCHE

FACHPRESSE

WIRD EINE ERWEITERUNG DES PRODUKTPORTFOLIOS GEPLANT?



Quelle: Nicht hochgerechnete Befunde eines Samples.

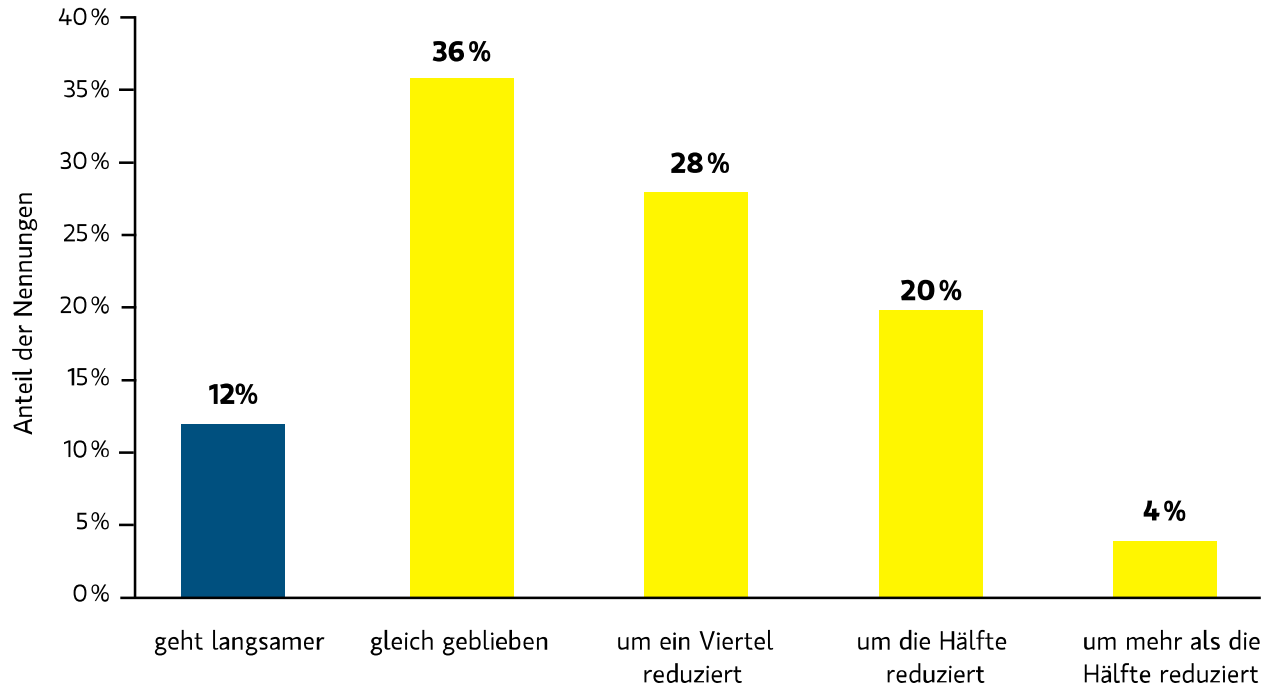
Fast drei Viertel der Verlage planen eine Erweiterung ihres Produktportfolios. Hauptsächlich wird eine Erweiterung der Digitalen Medien geplant (65%). Die übrigen Bereiche werden von 27% (Printmedien) bis zu 35% (Veranstaltungen und Messen) der Befragten genannt. 38% der Befragten geben an, dass in 3 der 4 Bereiche eine Erweiterung geplant ist. Jeder neunte Verlag plant sogar eine Erweiterung aller 4 Bereiche.

Sonstiges

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ENTWICKLUNG DER TIME-TO-MARKET IN DEN LETZTEN 5 JAHREN



Quelle: Nicht hochgerechnete Befunde eines Samples.

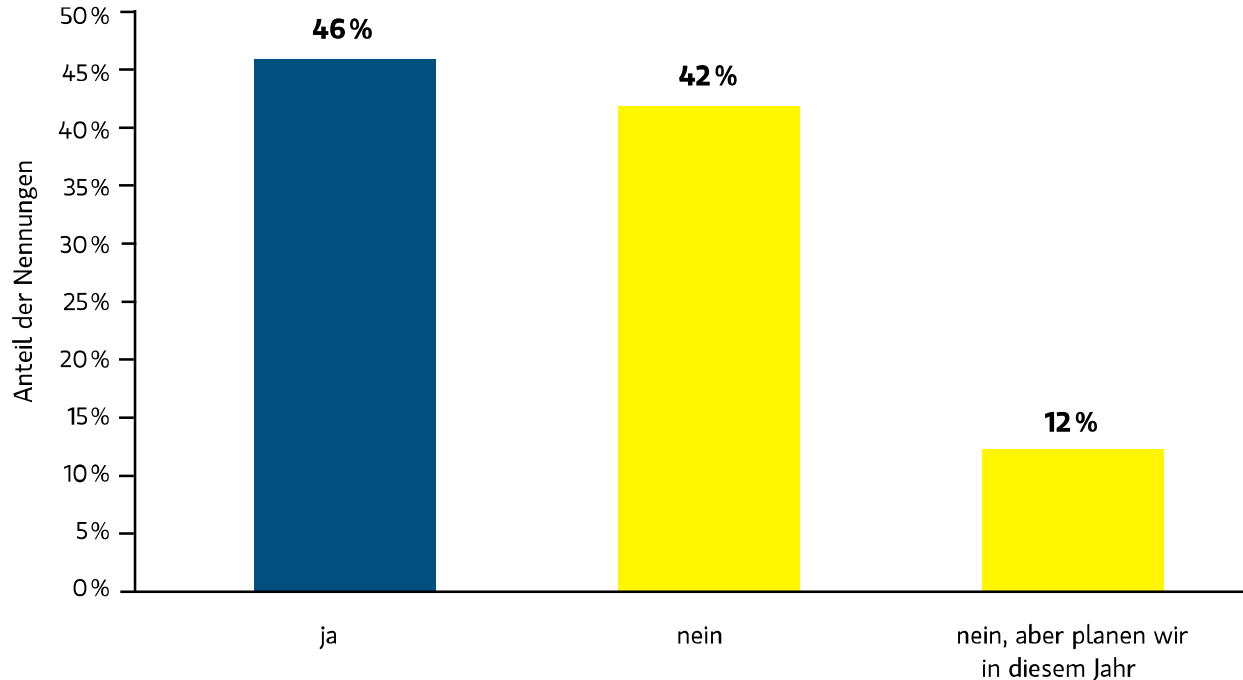
In nur 12% der Verlage hat sich die Time-to-Market verlängert und in 36% der Verlage ist sie gleichgeblieben. Insgesamt mehr als die Hälfte der Verlage konnte jedoch die Time-to-Market reduzieren, ein Viertel sogar um mindestens die Hälfte.

Sonstiges

DEUTSCHE

FACHPRESSE

NUTZUNG AGILER METHODEN IN PROJEKTMANAGEMENT ODER PRODUKTENTWICKLUNG



Quelle: Nicht hochgerechnete Befunde eines Samples.

Knapp die Hälfte der Verlage benutzt agile Methoden (wie etwa Design Thinking, Kanban, Scrum) im Projektmanagement oder in der Produktentwicklung. Weitere 12% planen die Einführung dieser Methoden in 2018.

Fachpresse-Statistik 2017

Der Verein Deutsche Fachpresse ermittelt jährlich Kennziffern zum Fachmedienmarkt in Deutschland. Diese werden unter dem Titel „Fachpresse-Statistik“ veröffentlicht. Die Fachpresse-Statistik 2017 beruht auf einer Marktschätzung und einer Online-Befragung der Mitglieder der Deutschen Fachpresse im Zeitraum von April bis Mai 2018 anhand eines standardisierten Fragebogens. Näheres hierzu auf den Folgeseiten.

Die Anonymität der Teilnehmer ist gewährleistet.

Möchten Sie sich an der nächsten Erhebung beteiligen?

Fragen dazu beantwortet:

Bernd Adam

Deutsche Fachpresse

Tel. 069 1306 326

adam@boev.de

Vorgehensweise bei der Marktschätzung

DEUTSCHE

FACHPRESSE

Geschätzte Gesamtumsatzsumme

Für 407 Fachverlage wurde auf Grundlage verschiedener Datenquellen (Buchreport, Dun & Bradstreet, veröffentlichte Unternehmensdaten etc.) eine Gesamtumsatzsumme für 2017 geschätzt. Ältere Angaben wurden mit der durchschnittlichen Umsatzentwicklung der bisherigen Fachpressestatistik fortgeschrieben.

Schätzung von Erlösanteilen

Mit Hilfe statistischer Längsschnitt-Querschnitts-Modelle wurden sodann Anteilswerte der verschiedenen Erlösarten in Abhängigkeit von der Unternehmensgröße - also dem Gesamtumsatz des Verlags - und der verschiedenen Berichtsjahre geschätzt. Durch die Kontrolle bezüglich der verschiedenen Berichtsjahre gelingt es, trotz sich im Zeitablauf ändernder Anteilswerte, den "reinen" Einfluss der Unternehmensgröße zu isolieren.

Korrekturen von Erlösanteilen

Waren - insbesondere für einige große Verlage - auch einzelne Angaben zur Erlösstruktur aus verschiedenen Publikationen bekannt (z.B. der Digitalanteil), wurden diese und nicht die Resultate der Modelle verwendet.

Erlösanteile in Abhängigkeit von der Verlagsgröße (Gesamtumsatz)

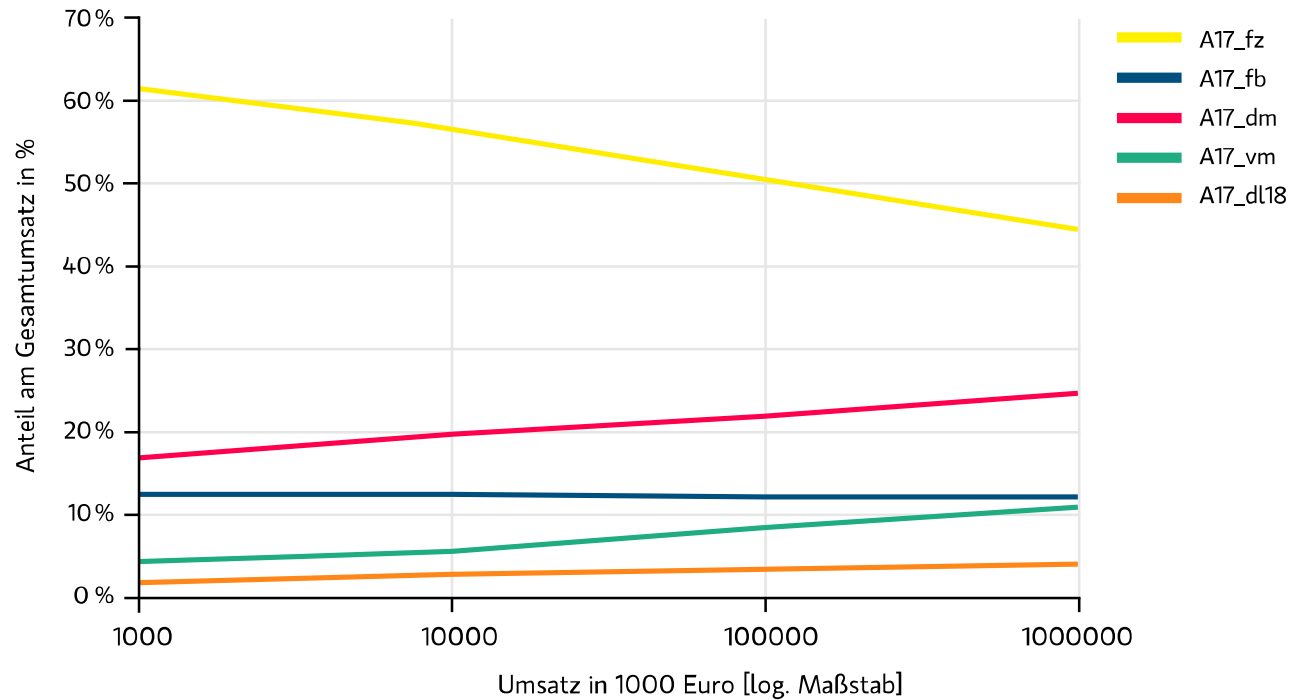
Die Charts auf der nächsten Seite zeigen die geschätzten Anteilswerte der wichtigen Erlösarten in Abhängigkeit von der Verlagsgröße für das Jahr 2017. Es ergaben sich ganz überwiegend stimmige und gut erklärbare Muster.

Vorgehensweise bei der Marktschätzung

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ANTEIL DER HAUPTERLÖSARTEN AM GESAMTUMSATZ 2017



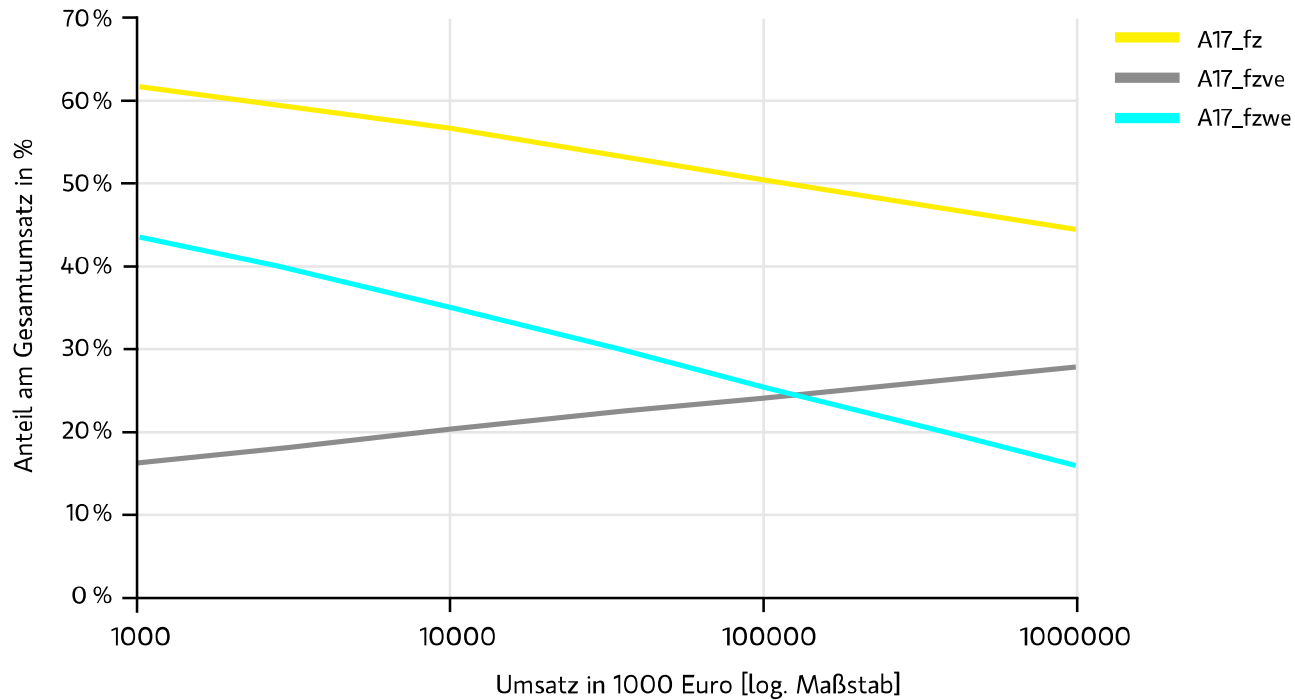
Erläuterung der Abkürzungen: A Anteil am Gesamtumsatz in %, fz Fachzeitschriften, fb Fachbücher, dm Digitale Medien, vm Veranstaltungen und Messen, dl18 Dienstleistungen nach aktueller 2018er Definition (also ohne Veranstaltungen), ve Vertriebslöse, we Werbeerlöse.

Vorgehensweise bei der Marktschätzung

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ZEITSCHRIFTENANTEIL AM GESAMTUMSATZ 2017



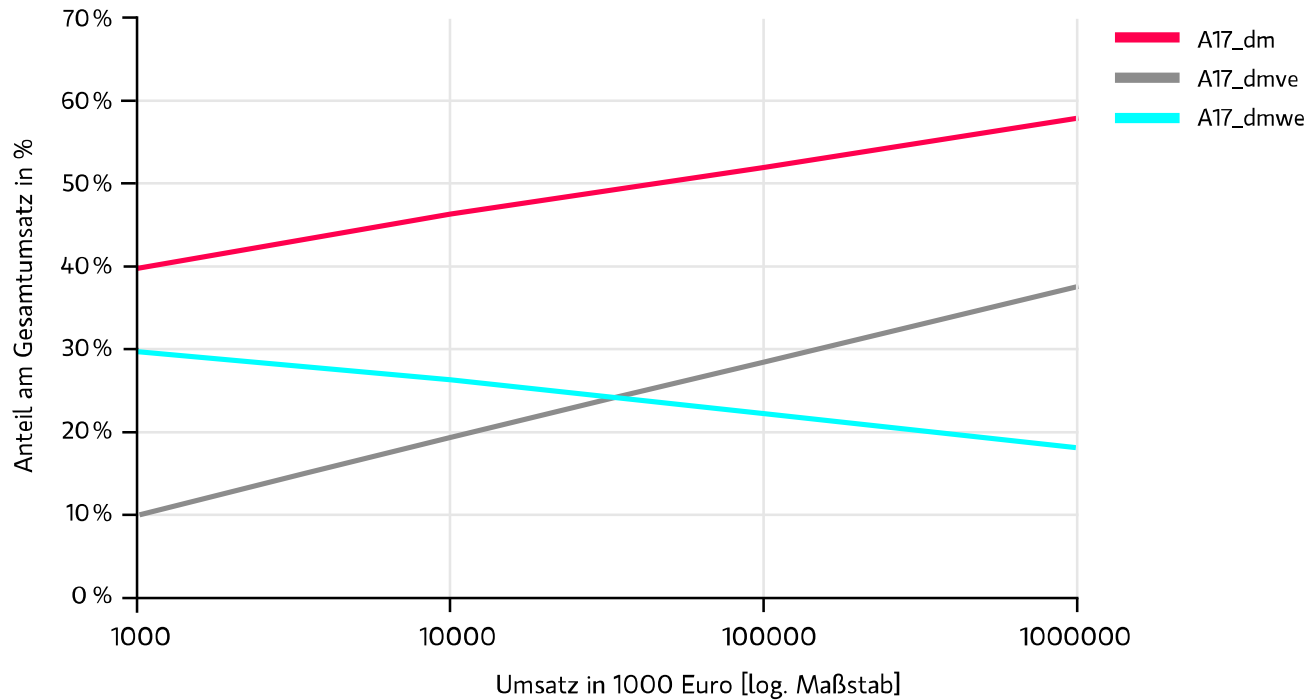
Erläuterung der Abkürzungen: A Anteil am Gesamtumsatz in %, fz Fachzeitschriften, fb Fachbücher, dm Digitale Medien, vm Veranstaltungen und Messen, dl18 Dienstleistungen nach aktueller 2018er Definition (also ohne Veranstaltungen), ve Vertriebslöse, we Werbeerlöse.

Digital Umsatzstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ANTEILE DIGITALER MEDIEN AM GESAMTUMSATZ 2017



Erläuterung der Abkürzungen: A Anteil am Gesamtumsatz in %, fz Fachzeitschriften, fb Fachbücher, dm Digitale Medien, vm Veranstaltungen und Messen, dl18 Dienstleistungen nach aktueller 2018er Definition (also ohne Veranstaltungen), ve Vertriebslöse, we Werbeerlöse.

Impressum

Fachpresse-Statistik 2017

Durchführung:

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

Projektleitung:

Bernd Adam, Deutsche Fachpresse

Herausgeber:

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