

DEUTSCHE

FACHPRESSE

Fachpresse-Statistik 2022

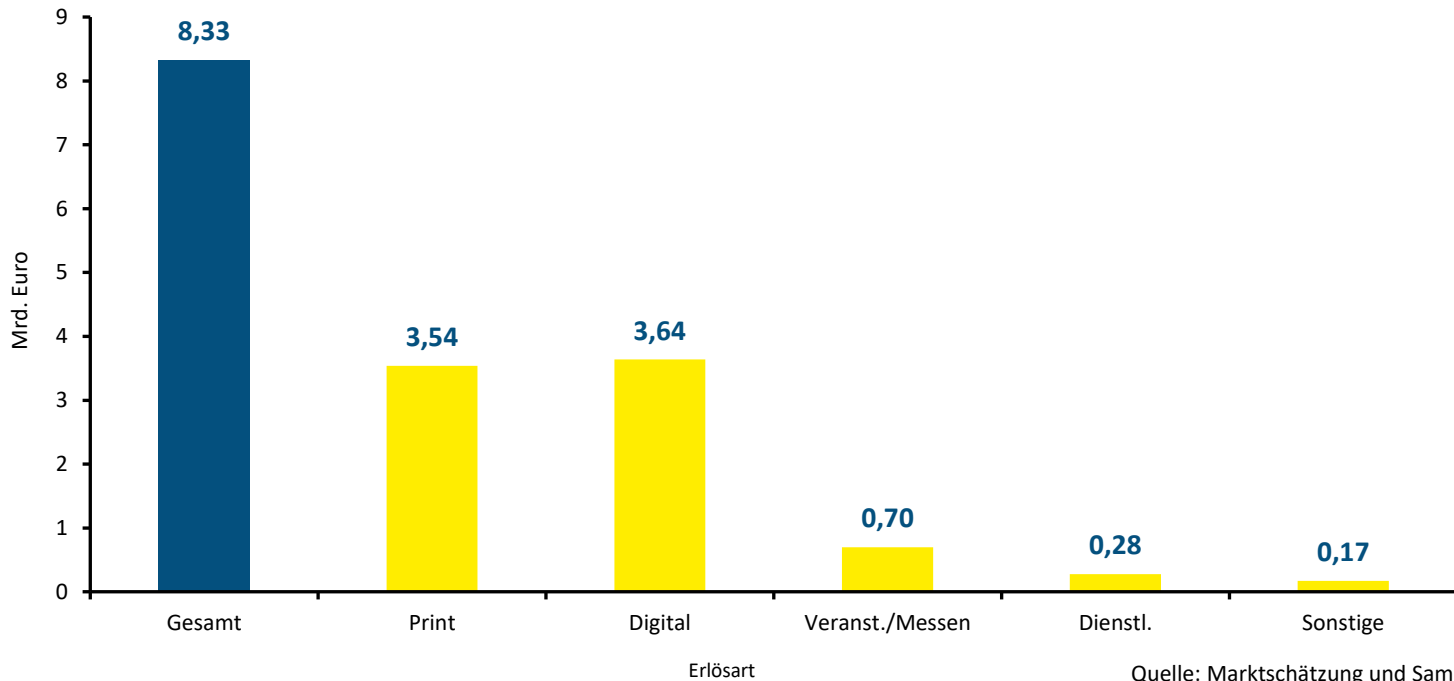
Zahlen zum deutschen Fachmedienmarkt

Fachmedien

DEUTSCHE

FACHPRESSE

GESCHÄTZTE BRANCHENUMSÄTZE 2022 (in Mrd. Euro)



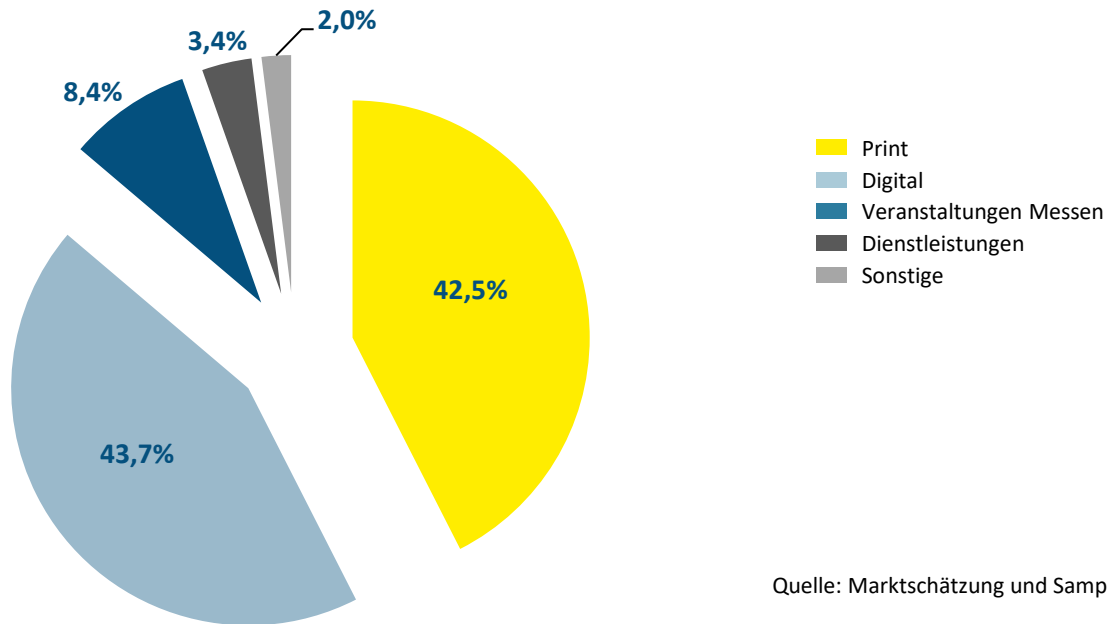
Die deutsche Fachmedienbranche erwirtschaftet im Jahr 2022 einen Gesamtumsatz von 8,33 Mrd. Euro. Davon entfallen auf den Printbereich (Fachzeitschriften und Fachbücher) 3,54 Mrd. Euro und auf den Digitalbereich 3,64 Mrd. Euro. Nach schwachen Jahren hat das Veranstaltungs- und Messegeschäft wieder das Niveau des Vor-Corona-Jahres (2019) erreicht (0,70 Mrd. Euro).

Fachmedien

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ANTEIL DER HAUPTERLÖSARTEN AM GESAMTUMSATZ 2022 (in %)



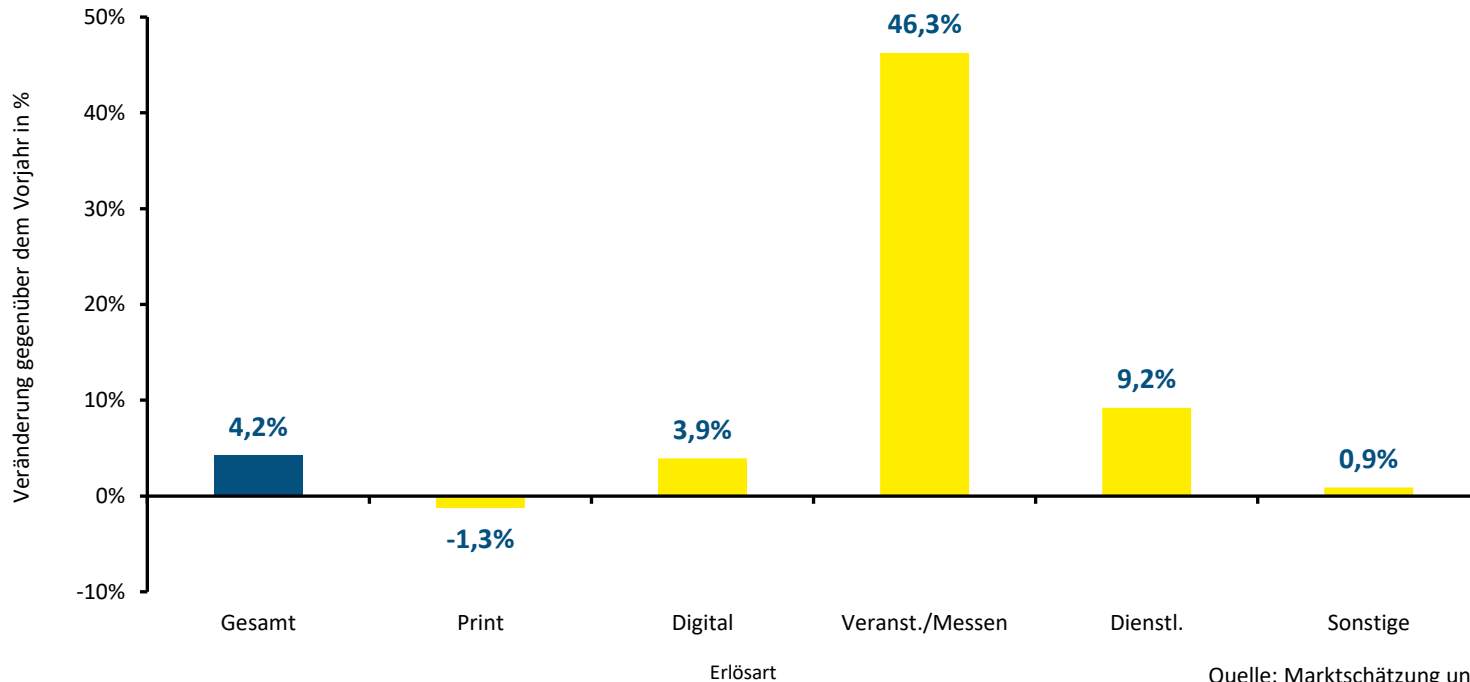
In 2022 ist erstmals der Digitalbereich die wichtigste Erlösart (43,7% des Gesamtumsatzes). Mit geringem Abstand folgt der Printbereich (42,5%). Um 2,4 Prozentpunkte ist der Anteil des Veranstaltungs- und Messegeschäfts gegenüber dem Vorjahr auf 8,4% gestiegen. Der Anteil im Vor-Corona-Jahr 2019 (8,7%) wird damit nicht ganz erreicht.

Fachmedien

DEUTSCHE

FACHPRESSE

VERÄNDERUNGSRATEN DER HAUPTERLÖSARTEN GEGENÜBER 2021 (in %)



Quelle: Marktschätzung und Sample.

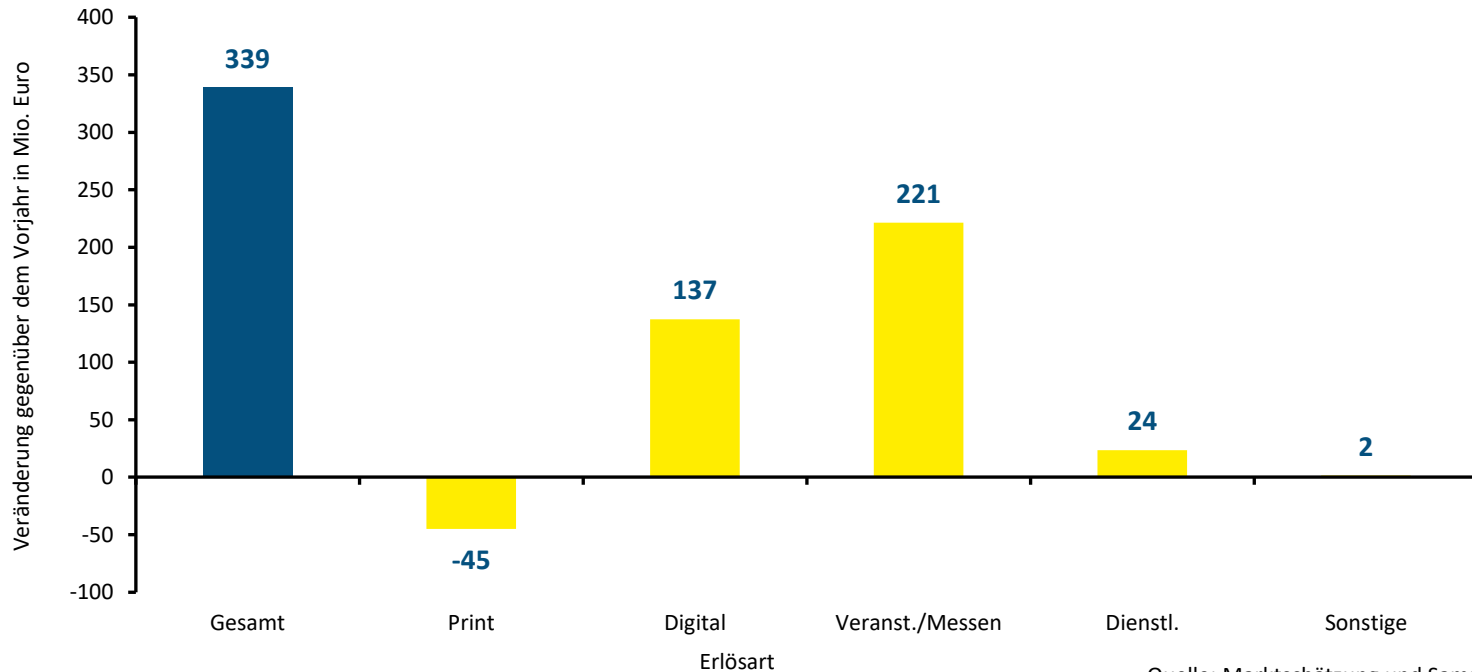
Der Gesamtumsatz der Fachmedienhäuser ist gegenüber 2021 um 4,2% gestiegen. Weiter rückläufig ist das Printgeschäft (-1,3%), während das Digitalgeschäft mit +3,9% schwächer wächst als noch im Jahr zuvor (+14,0%). Mit +46,3% noch etwas stärker als im Vorjahr (+40,4%) steigen die Veranstaltungs- und Messeumsätze. Auch die Dienstleistungsumsätze wachsen mit +9,2% überdurchschnittlich.

Fachmedien

DEUTSCHE

FACHPRESSE

VERÄNDERUNGSRATEN DER HAUPTERLÖSARTEN VON 2021 ZU 2022 (in Mio. Euro)



Quelle: Marktschätzung und Sample.

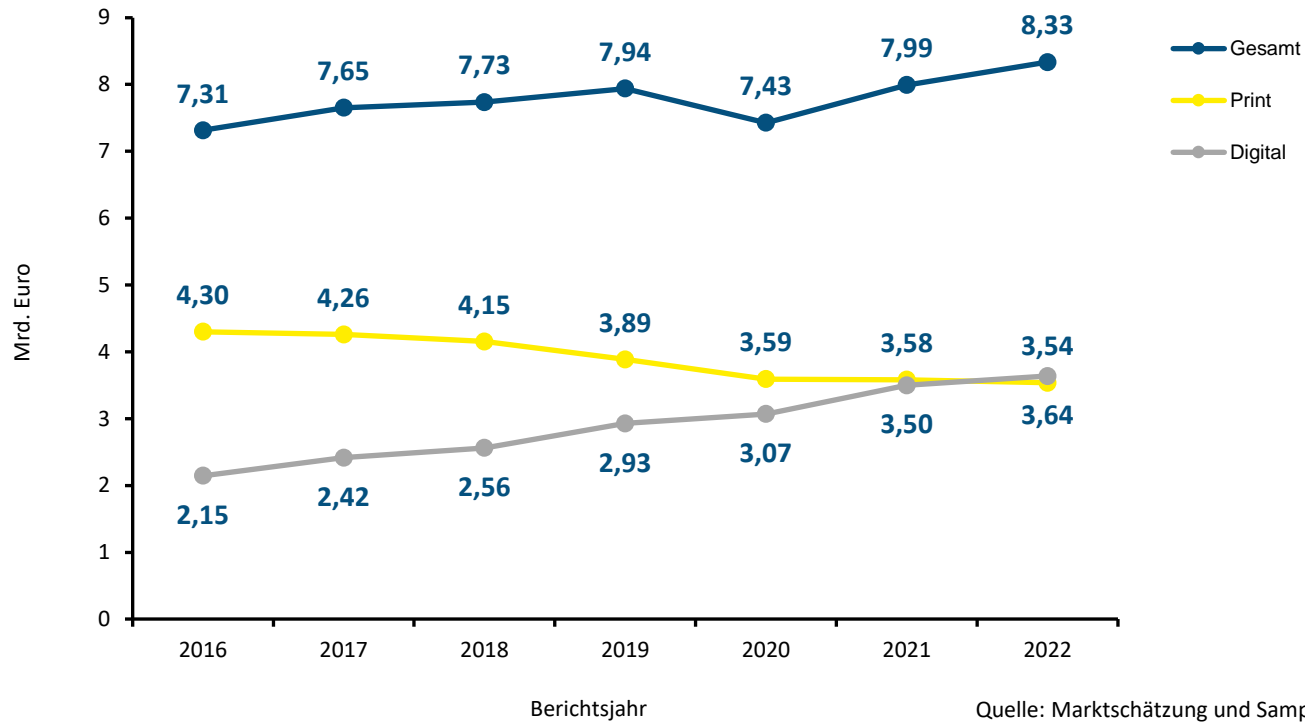
Der wichtigste Umsatztreiber war in 2022 das Veranstaltungs- und Messegeschäft, das mit einem Plus von 221 Mio. Euro fast zwei Drittel des gesamten Umsatzanstiegs erklärt. Es folgt das Digitalgeschäft, das um 137 Mio. wächst. Leicht gedämpft wird die Gesamtentwicklung durch das Printgeschäft, das um 45 Mio. Euro sinkt.

Zeitreihen

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ENTWICKLUNG DER FACHMEDIENERLÖSE 2016 BIS 2022
– GESAMT, PRINT, DIGITAL –

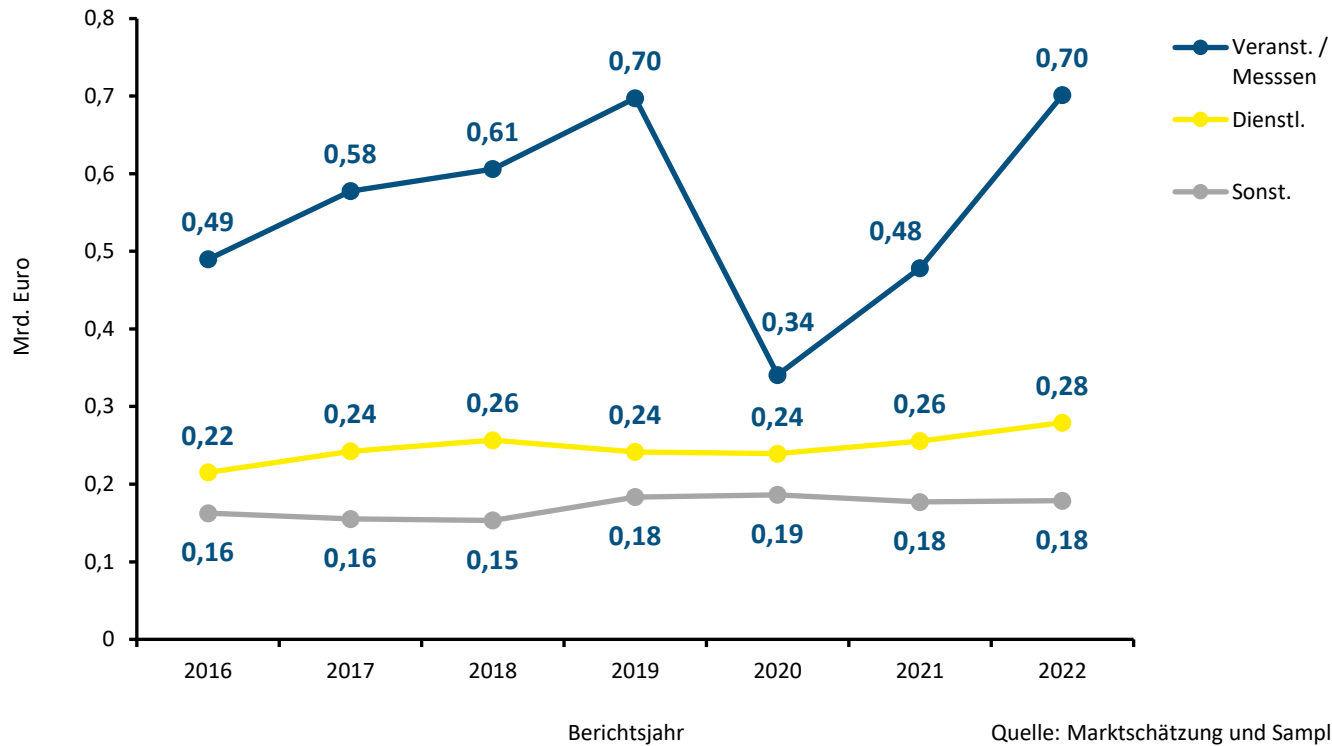


Zeitreihen

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ENTWICKLUNG DER FACHMEDIENERLÖSE 2016 BIS 2022 – VERANSTALTUNGEN, MESSEN, SONSTIGE –

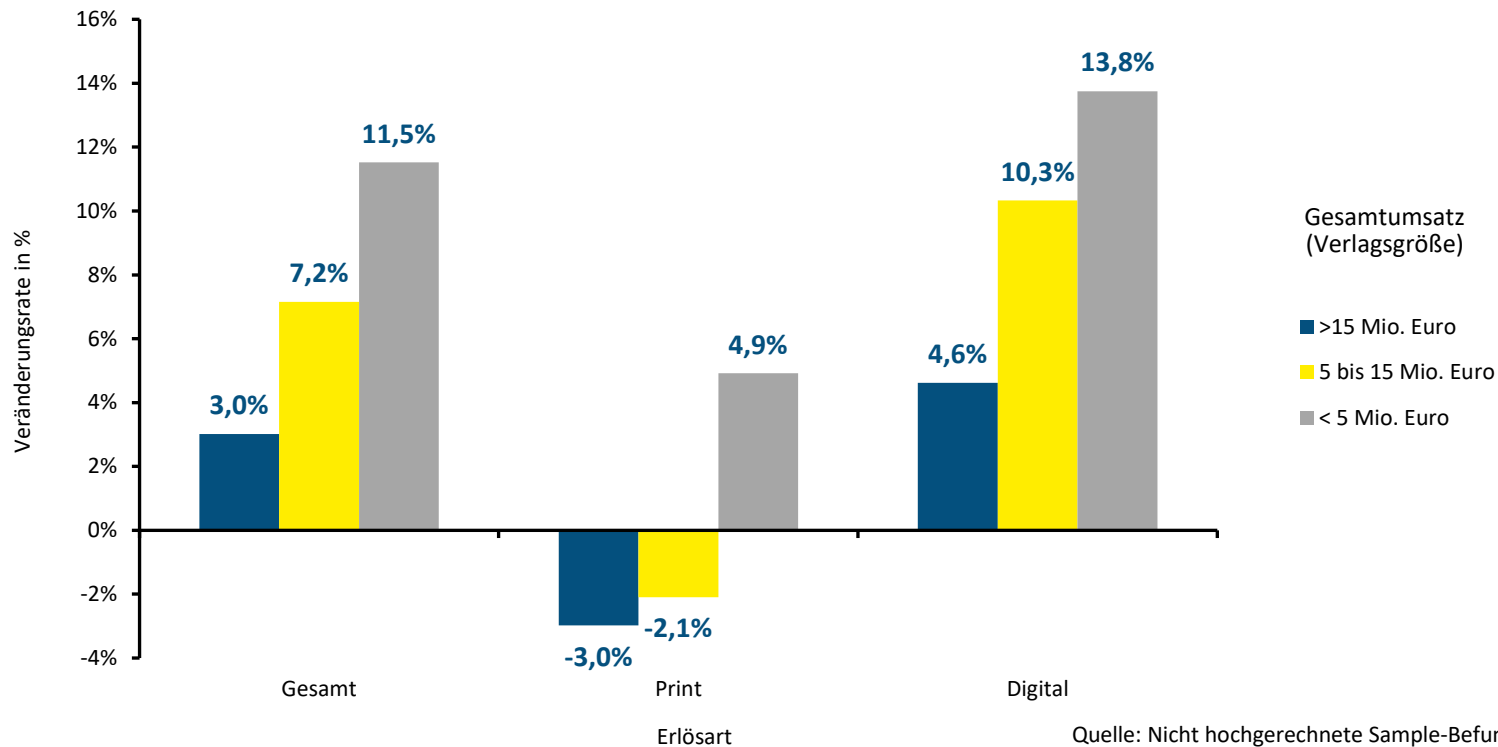


Erlöse und Verlagsgröße

DEUTSCHE

FACHPRESSE

EINFLUSS DER VERLAGSGRÖSSE AUF DIE ENTWICKLUNG DER HAUPTERLÖSARTEN



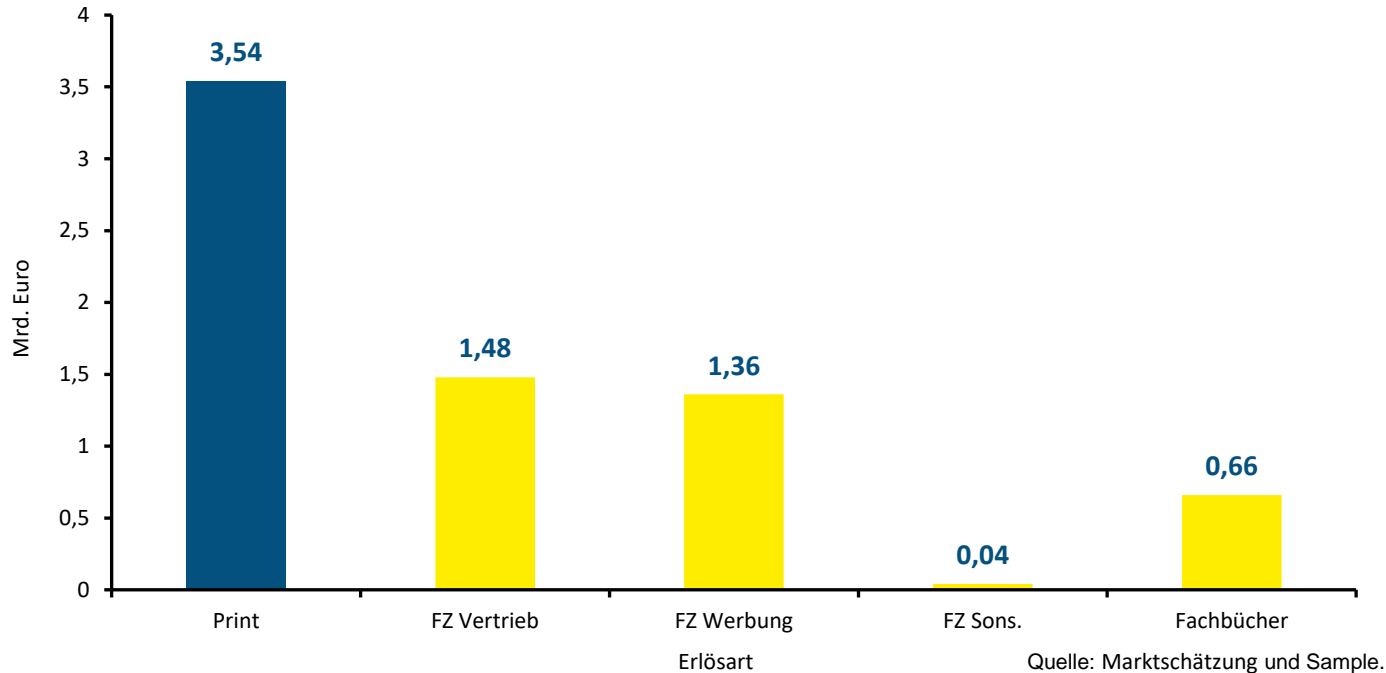
Das Chart zeigt die Umsatzveränderungen der Gesamterlöse und der beiden Haupterlösarten für unterschiedliche Verlagsgrößen (Gesamterlöse). Dabei ist wie im Vorjahr eine deutliche Abstufung zu erkennen: Kleine Verlage weisen hiernach höhere Veränderungsraten auf als große und mittlere Verlage. Auffällig ist auch, dass das Printgeschäft in den kleinen Verlagen nicht schrumpft, sondern um 4,9% wächst.

Print Umsatzstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

GESCHÄTZTE PRINTUMSÄTZE 2022 (in Mrd. Euro)



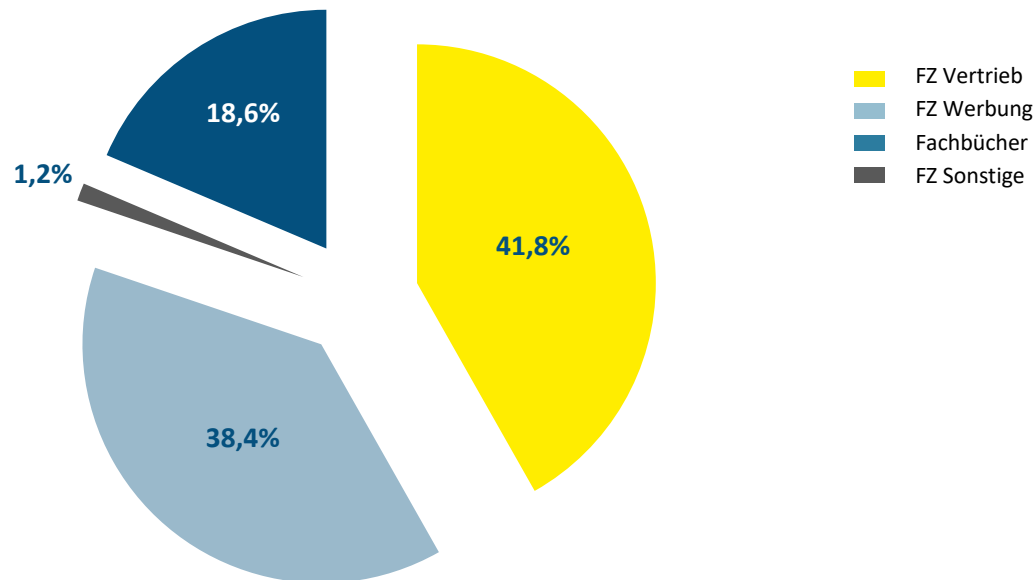
Der Printumsatz beläuft sich auf insgesamt rund 3,54 Mrd. Euro, davon entfallen rund 1,48 Mrd. Euro auf den Vertrieb und rund 1,36 Mrd. Euro auf die Werbung. Mit Fachbüchern werden rund 0,66 Mrd. Euro Erlöst.

Print Umsatzstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ANTEIL DER ERLÖSARTEN DES PRINTUMSATZES 2022 (in %)



Quelle: Marktschätzung und Sample.

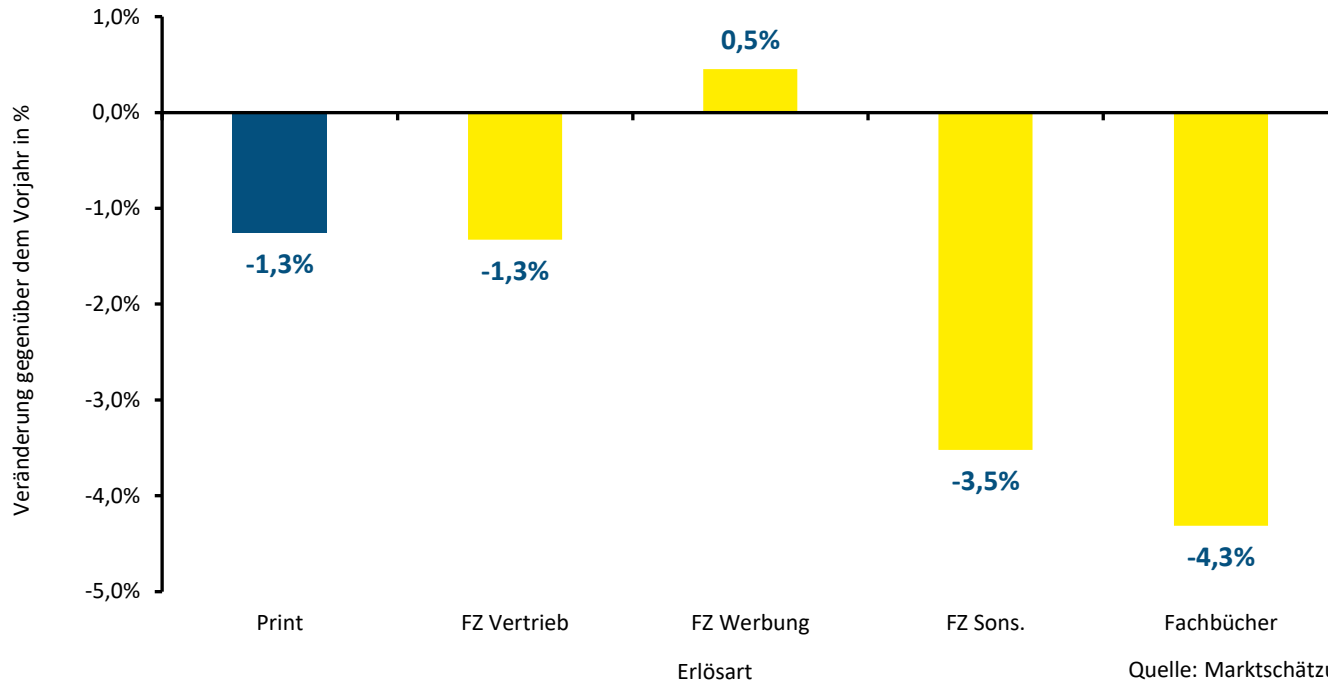
Mit einem Anteil von 41,8% (Vorjahr 41,9%) sind die Vertriebs Erlöse der Fachzeitschriften nach wie vor die wichtigste Erlösart im Print-Bereich. Leicht gestiegen ist der Anteil der Fachzeitschriftenwerbung (von 37,7 auf 38,4%), leicht auf 18,6% gesunken ist der Anteil der Fachbücher.

Print Umsatzstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

VERÄNDERUNGSRATEN DER PRINTERLÖSARTEN GEGENÜBER 2021 (in %)



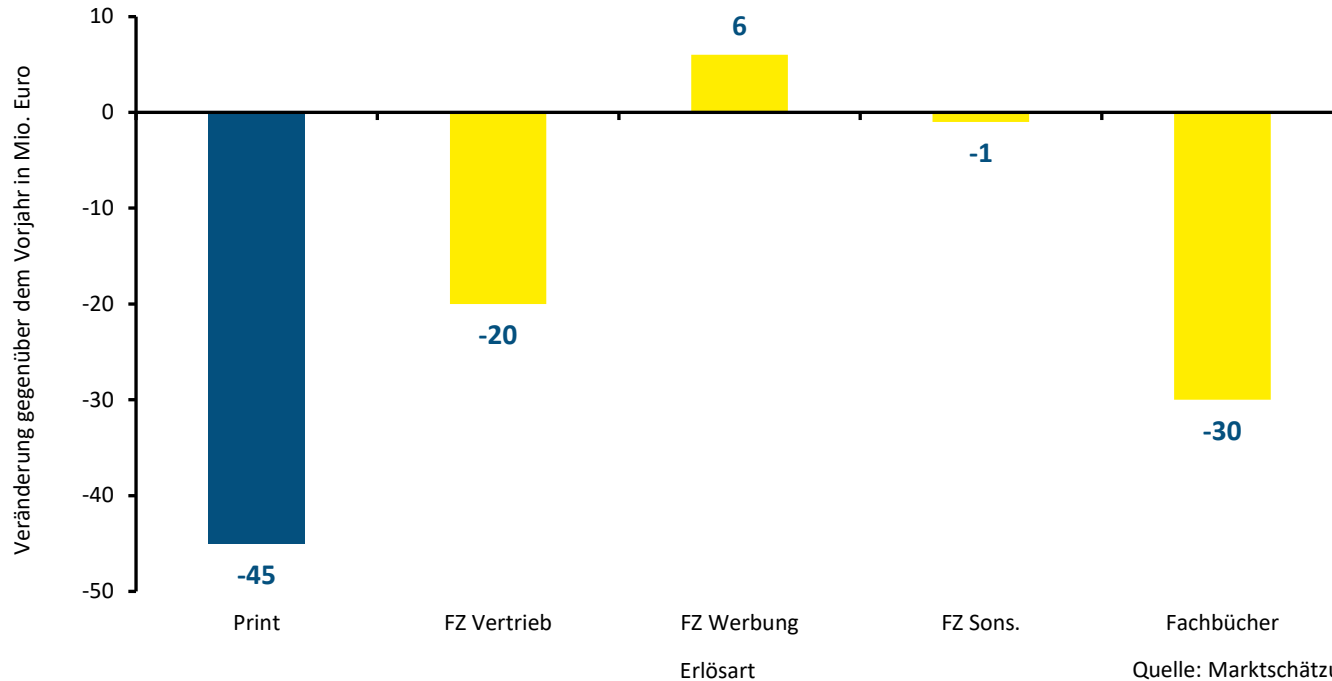
Während die Vertriebserlöse der Fachzeitschriften erneut sinken (-1,3%), ergibt sich bei den Werbeerlösen ein leichtes Plus von 0,5%. Zusammen genommen sind die Print-Fachzeitschriftenerlöse um 0,5% gesunken. Rückläufig sind auch die Fachbucherlöse (-4,3%).

Print Umsatzstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

VERÄNDERUNG DER PRINTERLÖSARTEN VON 2021 ZU 2022 (in Mio. Euro)



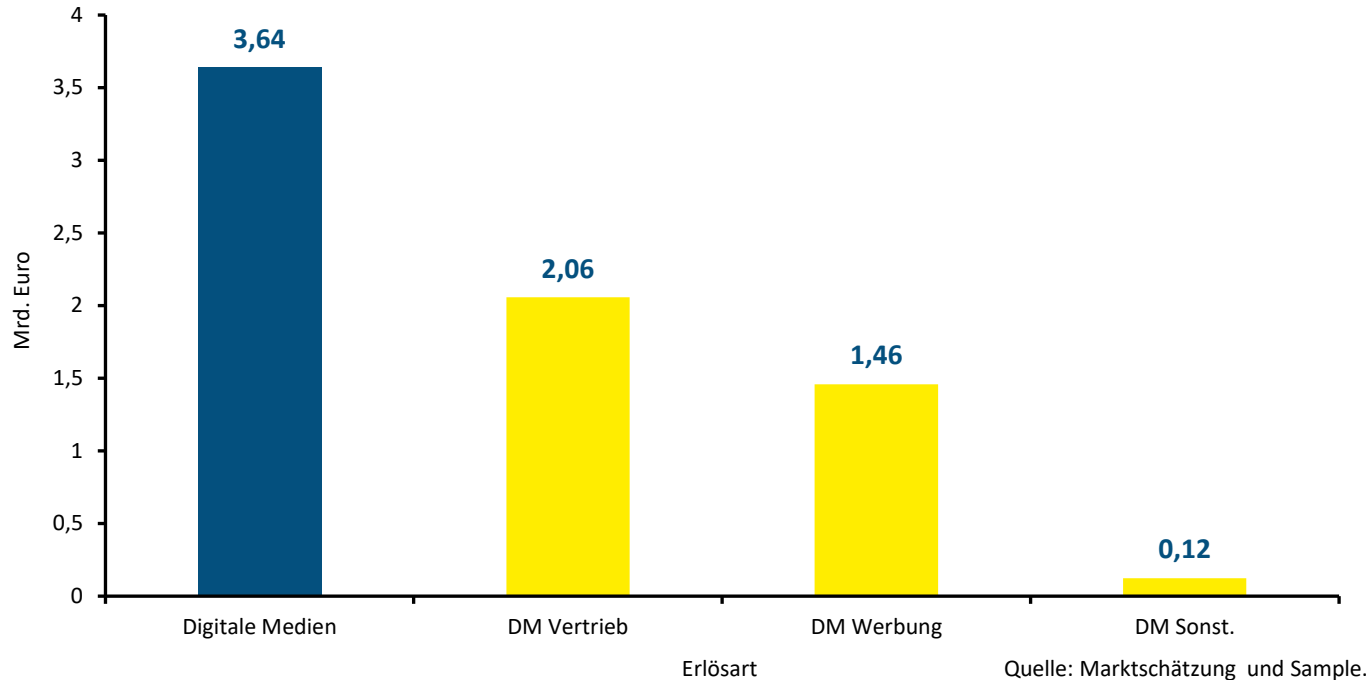
Mit einem Minus von knapp 30 Mio. Euro zeichnet der Fachbuchumsatz für fast zwei Drittel der Print-Umsatzschrumpfung verantwortlich, gefolgt von den Vertriebs Erlösen der Fachzeitschriften, die um rund 20 Mio. Euro schrumpfen.

Digital Umsatzstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

GESCHÄTZTE DIGITALUMSÄTZE 2022 (in Mrd. Euro)



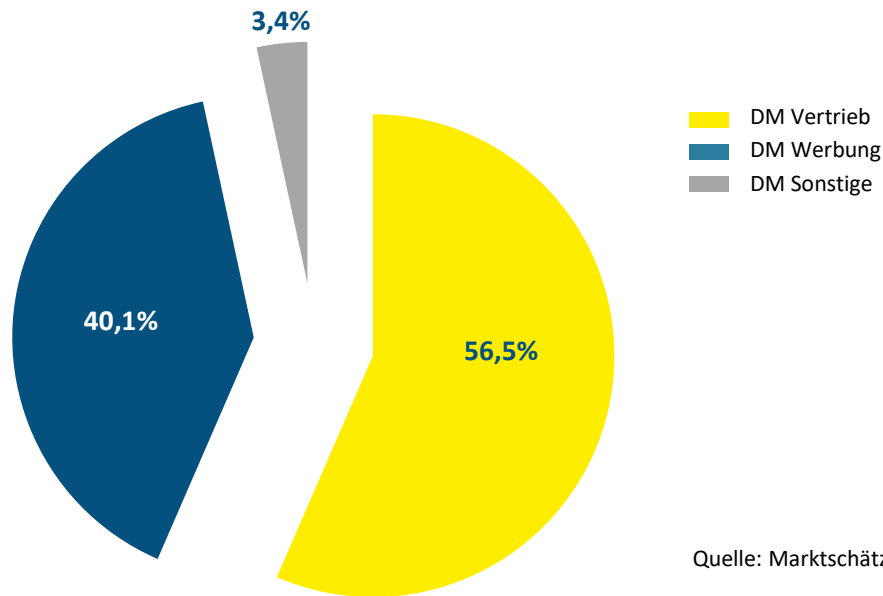
Insgesamt werden im Jahr 2022 mit Digitalen Medien Umsätze in Höhe von 3,64 Mrd. Euro erwirtschaftet. Der Vertrieb steuert hierzu gut 2 Mrd. Euro bei, die Werbung knapp 1,5 Mrd. Euro.

Digital Umsatzstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ANTEIL DER ERLÖSARTEN DES DIGITALUMSATZES 2022 (in %)



Quelle: Marktschätzung und Sample.

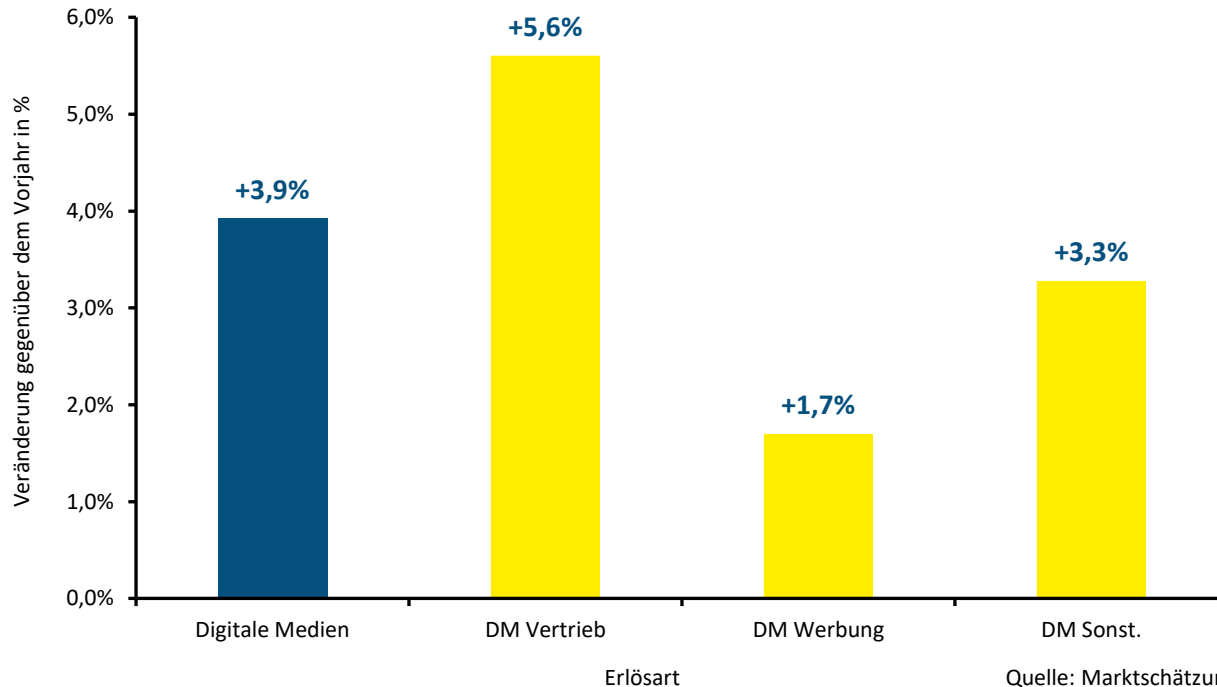
Anders als in der letzten Erhebung hat sich die Zusammensetzung des Digitalumsatzes weniger stark verändert: Der Umsatzanteil des Vertriebs ist leicht von 55,6 auf 56,5% gestiegen, der Anteil der Werbeerlöse ist leicht von 41,0 auf 40,1% gesunken.

Digital Umsatzstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

VERÄNDERUNGSRATEN DER DIGITALERLÖSARTEN GEGENÜBER 2021 (in %)



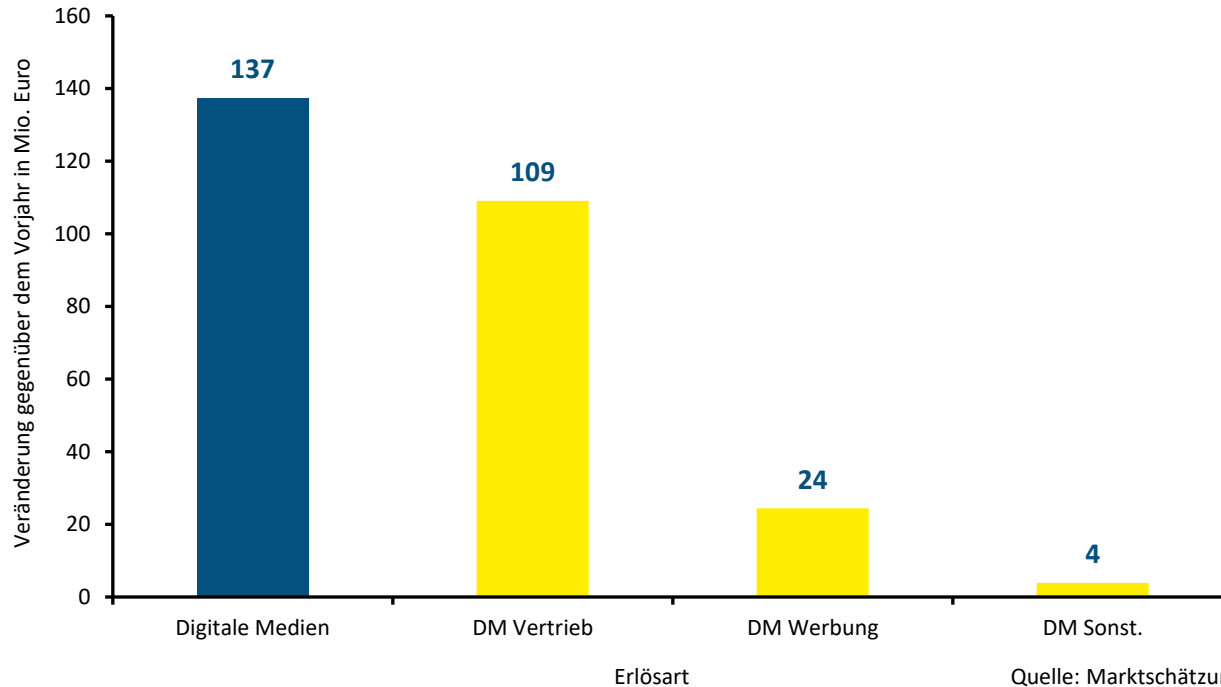
Die Digitalerlöse wachsen in 2022 um insgesamt 3,9% (Vorjahr 14,0%). Nach dem überaus hohen Wachstum der digitalen Werbelöse in 2021 (+30,0%) wachsen diese in 2022 um nur noch 1,7%. Mit +5,6% ganz ähnlich wie im Vorjahr (+5,1%) konnten die Fachmedienhäuser dagegen ihre digitalen Vertriebserlöse steigern.

Digital Umsatzstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

VERÄNDERUNG DER DIGITALERLÖSARTEN VON 2021 ZU 2022 (in Mio. Euro)



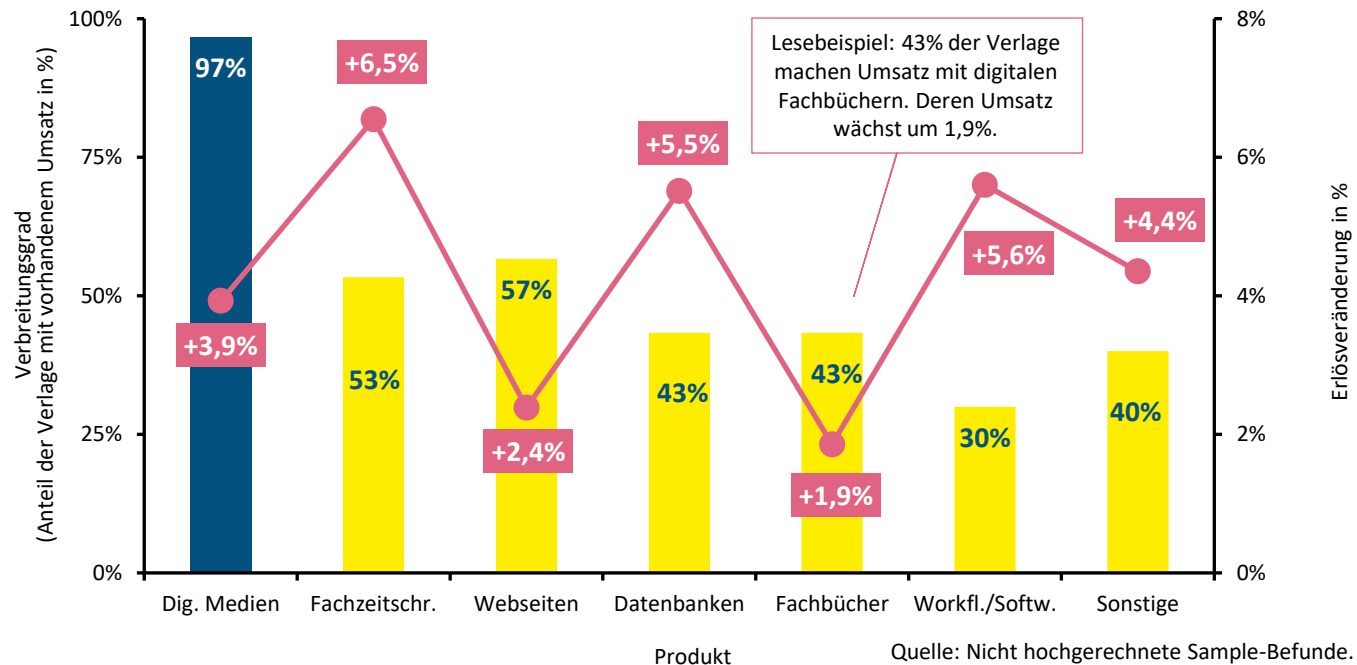
Fast 80% des Anstiegs der Digitalumsätze um 137 Mio. Euro entfallen auf die digitalen Vertriebs Erlöse (+109 Mio. Euro).

Digital Produktstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ANTEIL DER VERLAGE MIT DEN VERSCHIEDENEN DIGITALPRODUKTEN UND ERLÖSVERÄNDERUNGEN DIESER PRODUKTE GEGENÜBER 2021 (in %)



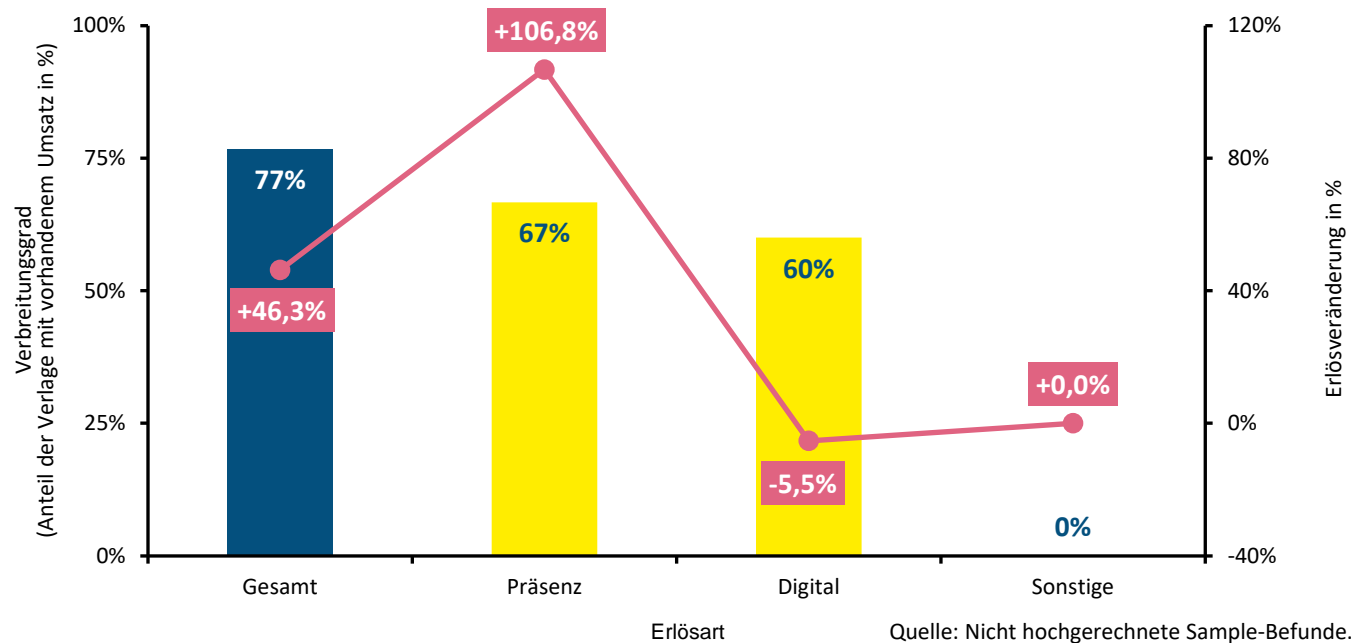
Diese Detailauswertung zur Produktstruktur der Digitalmedien (und die Auswertungen auf den Folgeseiten) basiert wie in den Vorjahren allein auf einem Sample und konnte wegen teils zu geringer Fallzahlen nicht hochgerechnet werden. Fast alle meldenden Fachverlage sind im Digitalgeschäft aktiv (97%; Vorjahr 88%). Wie im Vorjahr macht gut die Hälfte der Verlage Umsatz mit digitalen Fachzeitschriften und Webseiten. Das Umsatzplus dieser beiden Produkte fällt mit +6,5% und +2,4% merklich moderater aus als im Vorjahr (+26,0 bzw. 28,5%). Die digitalen Fachbuchumsätze steigen mit +1,9% ähnlich wie im Vorjahr (+2,2%).

Veranstaltungen Umsatzstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ANTEIL DER VERLAGE MIT DEN VERSCHIEDENEN VERANSTALTUNGSERLÖSARTEN UND VERÄNDERUNG DIESER ERLÖSARTEN GEGENÜBER 2021 (in %)



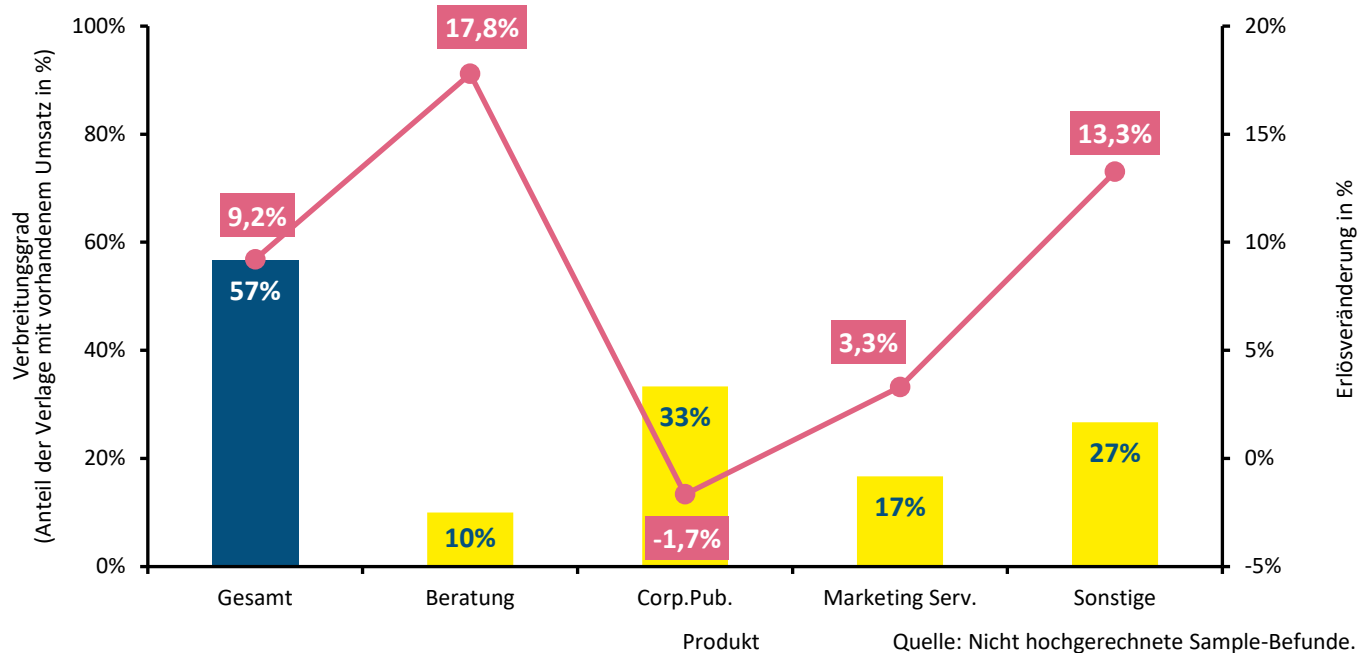
Inzwischen machen mehr als drei Viertel der meldenden Verlage Umsätze mit Veranstaltungen und Messen. Deutlich spürbar sind die Effekte der ausklingenden Corona-Pandemie: Mehr als verdoppelt haben sich die Umsätze mit Präsenzveranstaltungen (+106,8%), die im Vorjahr um nur gut 3% wuchsen. Hatten sich dagegen im Vorjahr die Umsätze aus Digitalveranstaltungen fast verdoppelt, sind sie in 2022 um 5,5% geschrumpft.

Dienstleistungen Produktstruktur

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ANTEIL DER VERLAGE MIT DEN VERSCHIEDENEN DIENSTLEISTUNGSPRODUKTEN UND VERÄNDERUNG DIESER PRODUKTERLÖSE GEGENÜBER 2021 (in %)



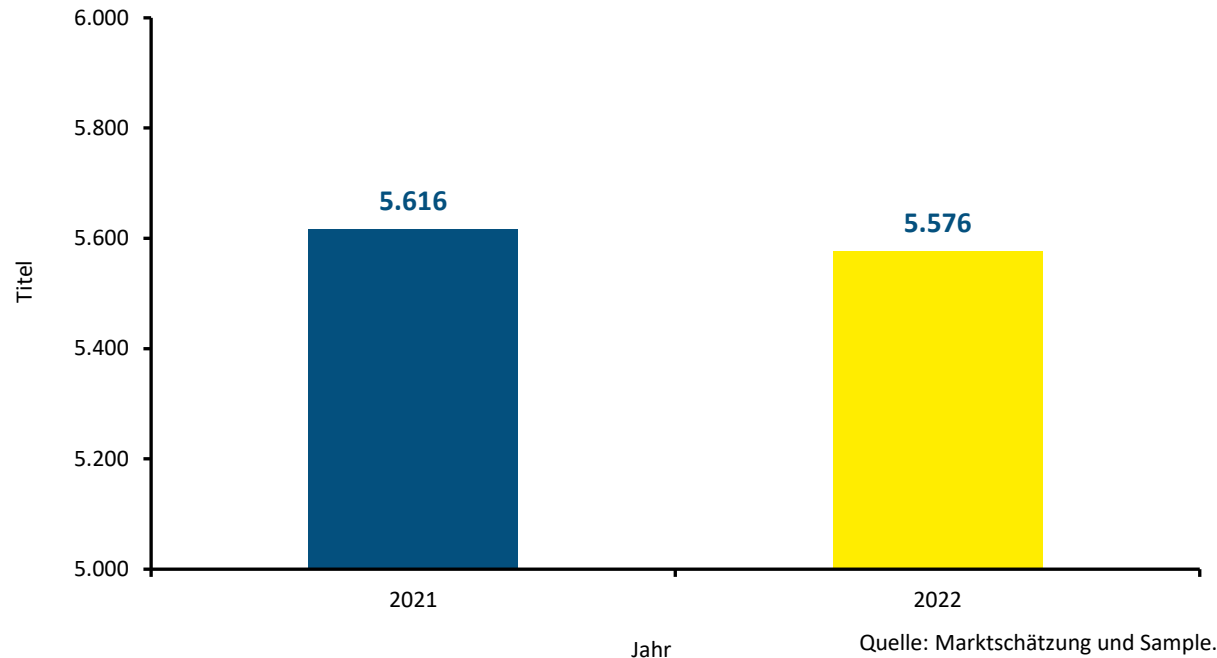
Weiterhin ist gut die Hälfte der Verlage im Dienstleistungsgeschäft aktiv. Bis auf das Corporate Publishing steigen die Umsätze aller Dienstleistungsprodukte. Am deutlichsten wächst das Beratungsgeschäft (+17,8%), in dem aber nur jeder zehnte Verlag aktiv ist. Merkllich steigen erneut die sonstigen, hier nicht näher aufgeschlüsselten Dienstleistungsprodukte (+13,3%).

Titelzahl und Auflagen

DEUTSCHE

FACHPRESSE

TITELZAHL FACHZEITSCHRIFTEN PRINT



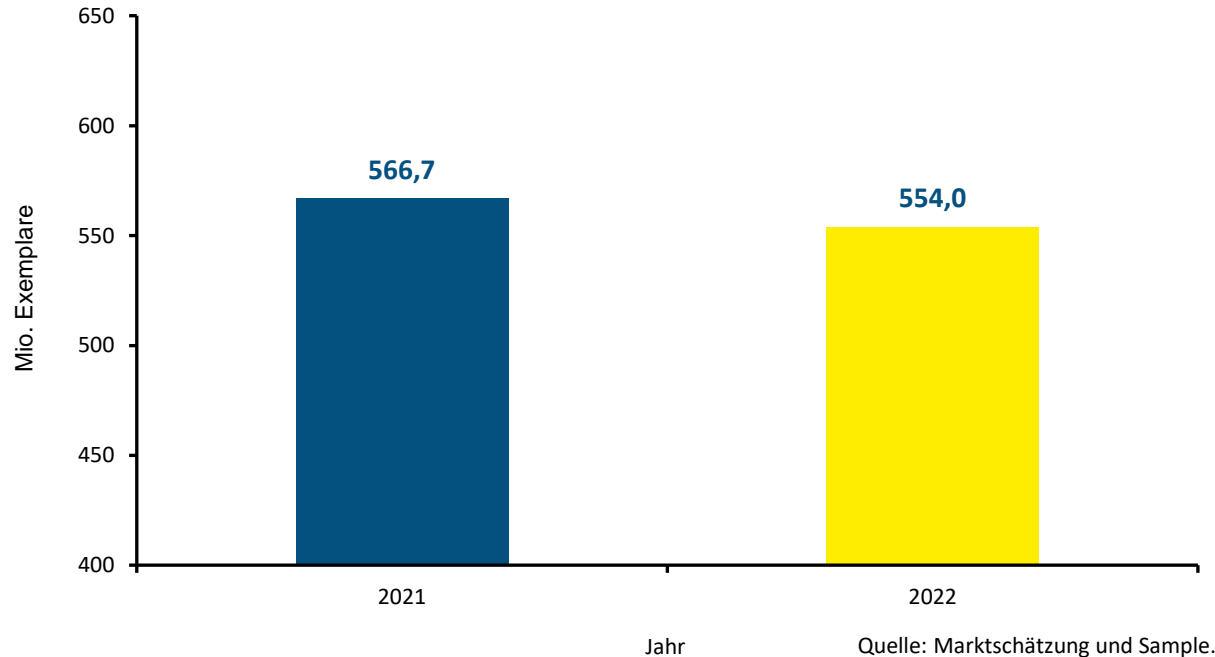
Die Zahl der aufgelegten Print-Fachzeitschriftentitel ist von 5.616 im Jahr 2021 leicht auf 5.576 im Jahr 2022 gesunken (Rückgang 0,7%). Sie sinkt damit nur etwas stärker als die gesamten Print-Fachzeitschriftenerlöse (-0,5%), was zu nur geringfügigen Erlösveränderungen je Titel führt (+0,2%).

Titelzahl und Auflagen

DEUTSCHE

FACHPRESSE

JAHRESAUFLAGE FACHZEITSCHRIFTEN PRINT (einschließlich ePaper)



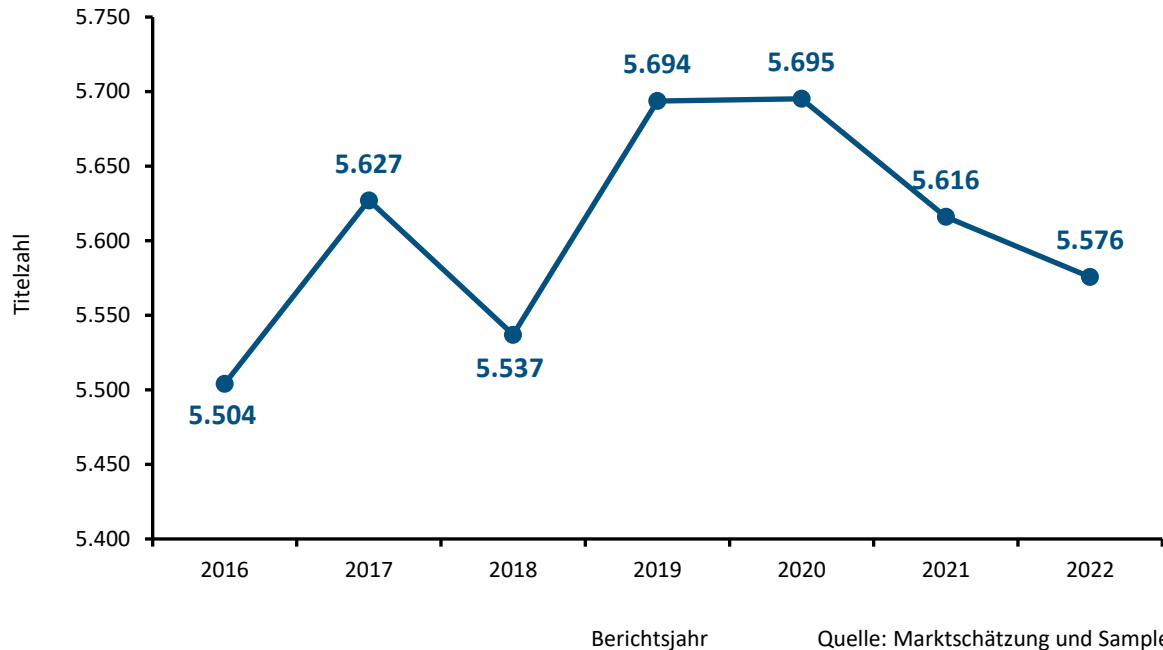
Ebenfalls rückläufig ist die Auflage der Print-Titel von 566,7 Mio. auf 554,0 Exemplare (-2,2%). Da die Auflage stärker sinkt als die Print-Fachzeitschriftenerlöse (-0,5%) steigen die Erlöse pro Exemplar um 1,7%. Der Anteil der ePaper an der Gesamtauflage beträgt etwa 16% (Vorjahr 10%).

Zeitreihen

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ENTWICKLUNG DER TITELZAHL (FACHZEITSCHRIFTEN PRINT) 2016 BIS 2022



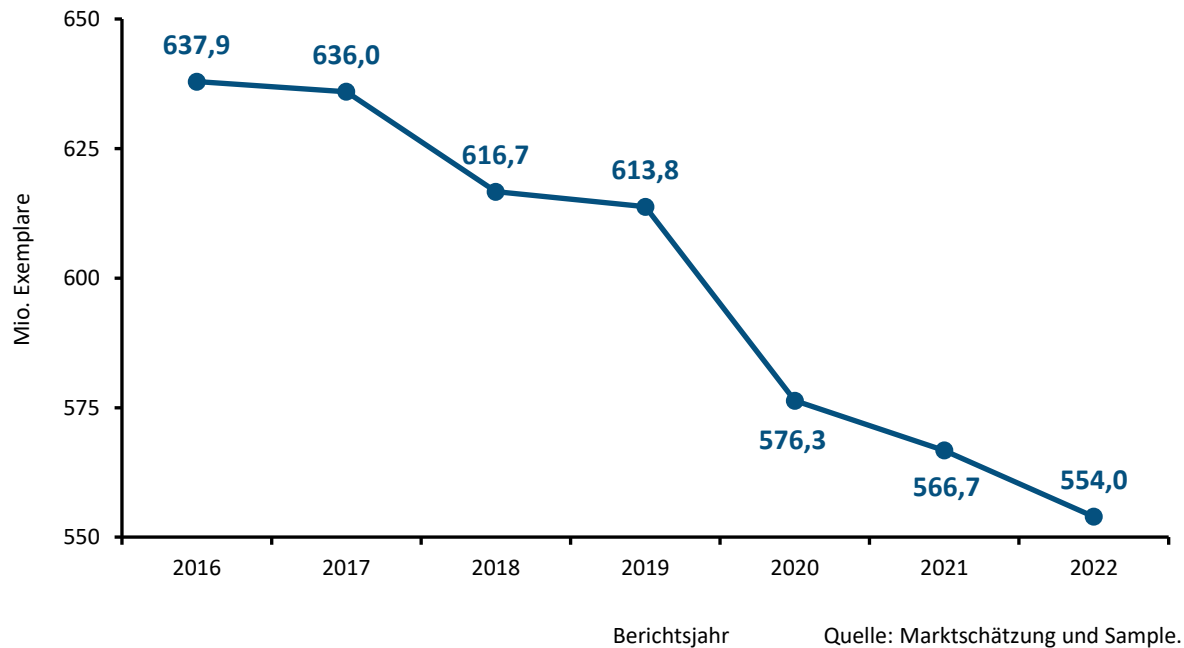
Das Chart zeigt die Entwicklung der Titelzahl der Print-Fachzeitschriften seit dem Jahr 2016. Im Jahr 2022 sinkt die Titelzahl gegenüber dem Vorjahr um 40 auf 5.576 Titel.

Zeitreihen

DEUTSCHE

FACHPRESSE

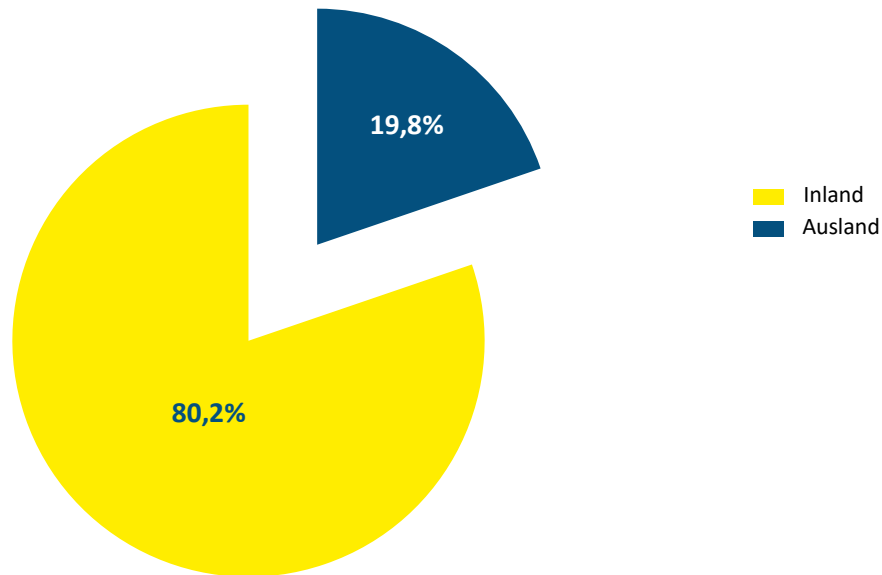
ENTWICKLUNG DER JAHRESAUFLAGEN 2016 BIS 2022
– FACHZEITSCHRIFTEN PRINT EINSCHL. EPAPER –



In 2022 hat sich der seit 2016 beobachtbare Rückgang der Auflagen fortgesetzt und fällt nur etwas stärker aus als im Vorjahr.

Auslandsumsatz

DEUTSCHE
FACHPRESSE



Quelle: Fortschreibung aufgrund eines Samples.

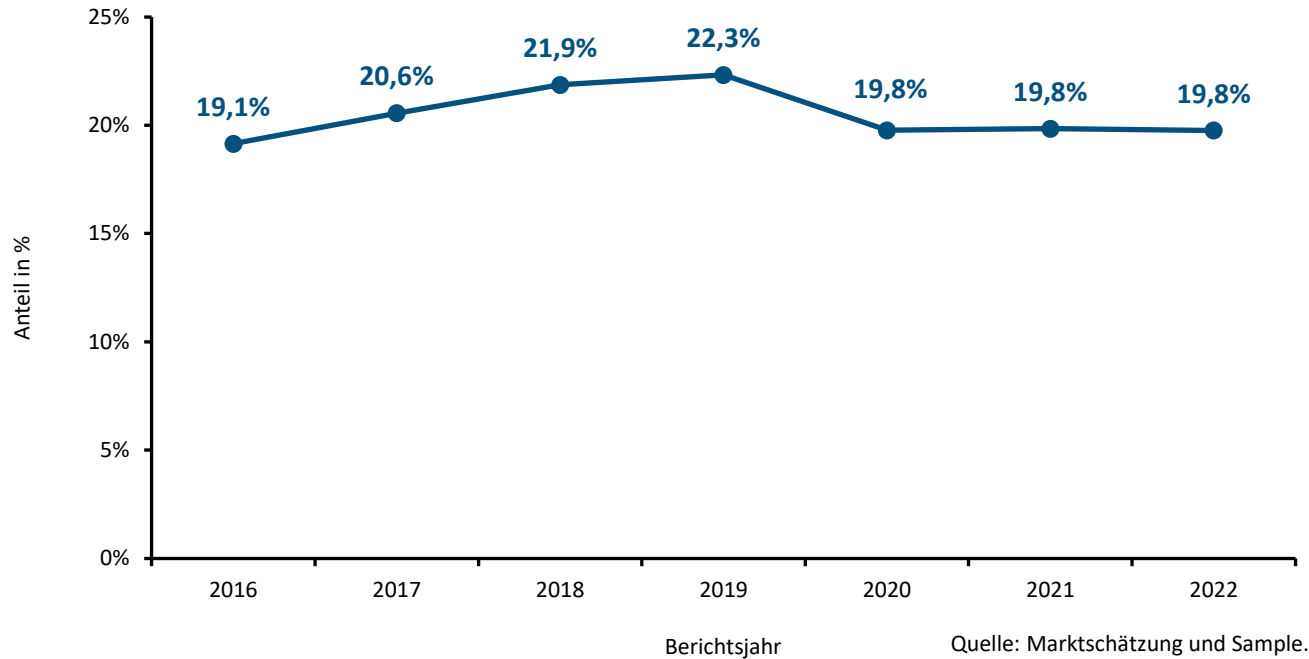
Da der Auslandsumsatz (+3,8%) nur geringfügig schwächer wächst als der Gesamtumsatz (+4,2%), kommt es lediglich auf der hier nicht gezeigten zweiten Nachkommastelle zu einem leichten Rückgang des Auslandsanteils.

Zeitreihen

DEUTSCHE

FACHPRESSE

**ANTEIL DES AUSLANDSUMSATZES AN DEN GESAMTEN FACHMEDIENERLÖSEN
2016 BIS 2022**



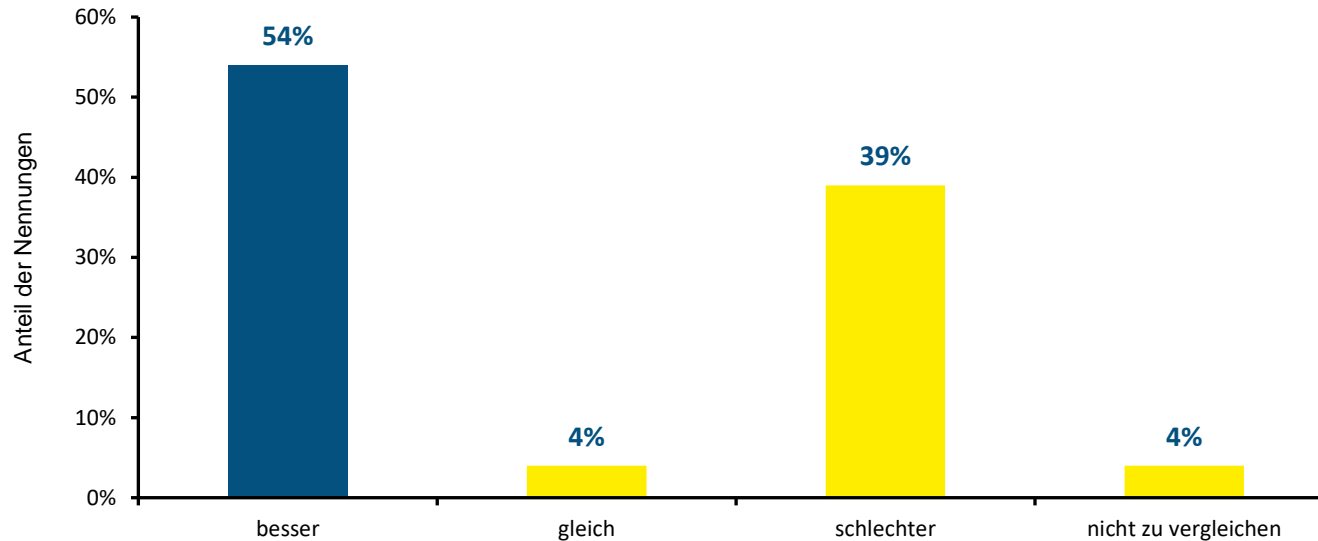
Seit 2020 beobachten wir einen praktisch konstanten Auslandsanteil, was darauf zurückzuführen ist, dass Inlands- und Auslandsumsätze mit vergleichsweise ähnlichem Tempo wachsen.

Beurteilung und Erwartung

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ENTWICKLUNG DES JAHRESERGEBNISSES 2022 GEGENÜBER 2021



Quelle: Nicht hochgerechnete Sample-Befunde.

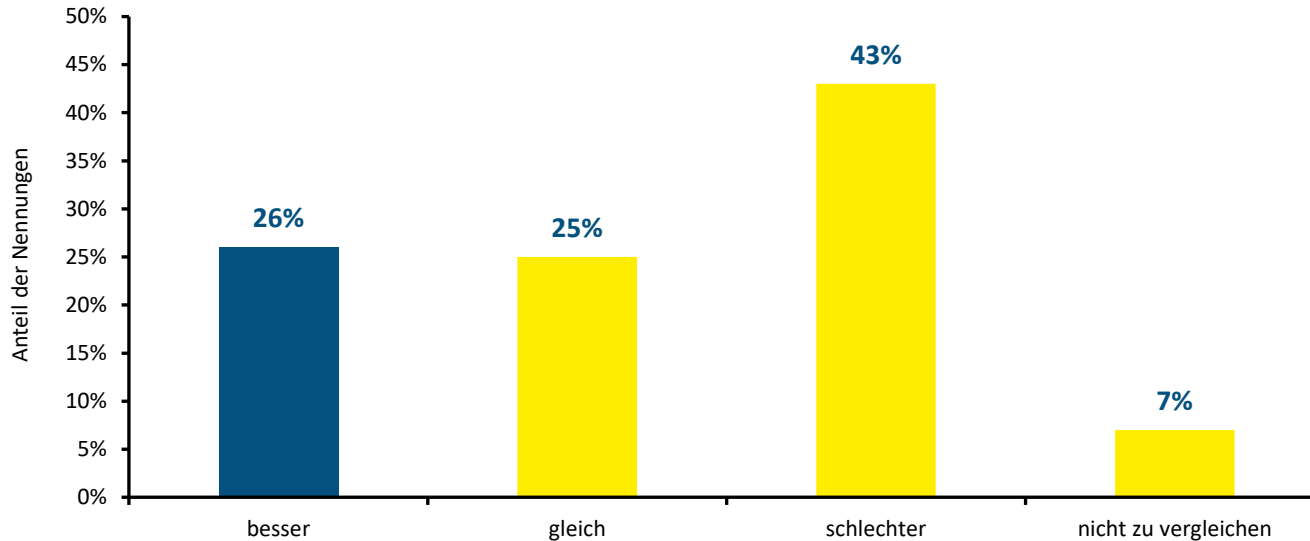
Während im Vorjahr eine große Mehrheit der Verlage (87%) eine Jahresergebnisverbesserung meldete, sagt dies für 2022 nur gut die Hälfte der Verlage. Deutlich von 3% auf 39% gestiegen ist der Anteil der Verlage, die sich einer Jahresergebnisverschlechterung gegenübersehen. In der letzten Befragung hatten diese Verschlechterung nur 16% der Verlage erwartet.

Beurteilung und Erwartung

DEUTSCHE

FACHPRESSE

FÜR 2023 ERWARTETE JAHRESERGEBNISENTWICKLUNG



Quelle: Nicht hochgerechnete Sample-Befunde.

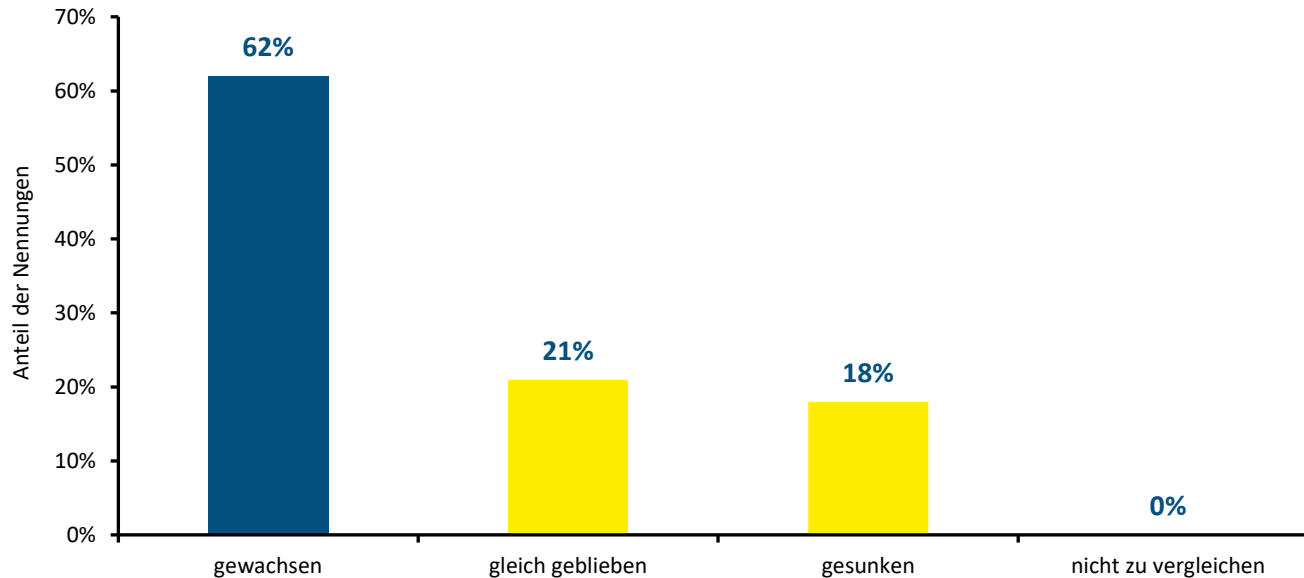
Nur gut die Hälfte der Verlage erwartet für 2023 ein gleichbleibendes oder besseres Jahresergebnis, eine relative Mehrheit von 43% befürchtet dagegen eine Verschlechterung.

Beurteilung und Erwartung

DEUTSCHE

FACHPRESSE

ENTWICKLUNG DER MITARBEITER:INNENZAHL 2022 GEGENÜBER 2021



Quelle: Nicht hochgerechnete Sample-Befunde.

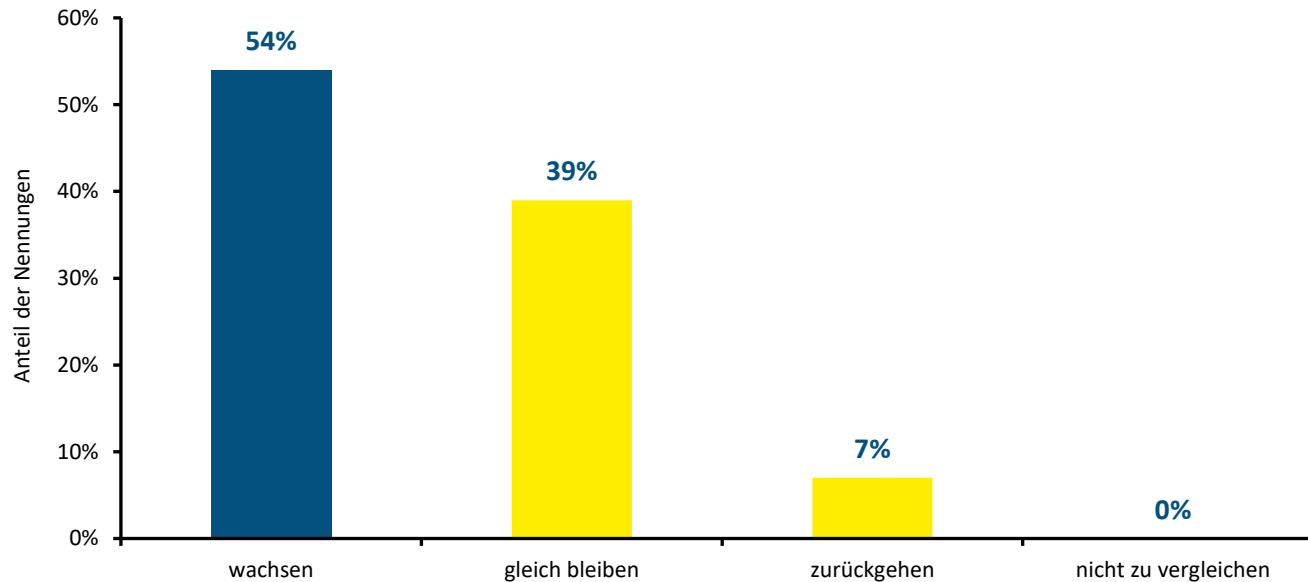
62% der Verlage melden für 2022 eine steigende Mitarbeiter:innenzahl, erwartet hatten dies im Vorjahr nur 45%. 18% mussten allerdings Personal abbauen, befürchtet hatten dies im Vorjahr nur 10%.

Beurteilung und Erwartung

DEUTSCHE

FACHPRESSE

FÜR 2023 ERWARTETE ENTWICKLUNG DER MITARBEITER:INNENZAHL



Quelle: Nicht hochgerechnete Sample-Befunde.

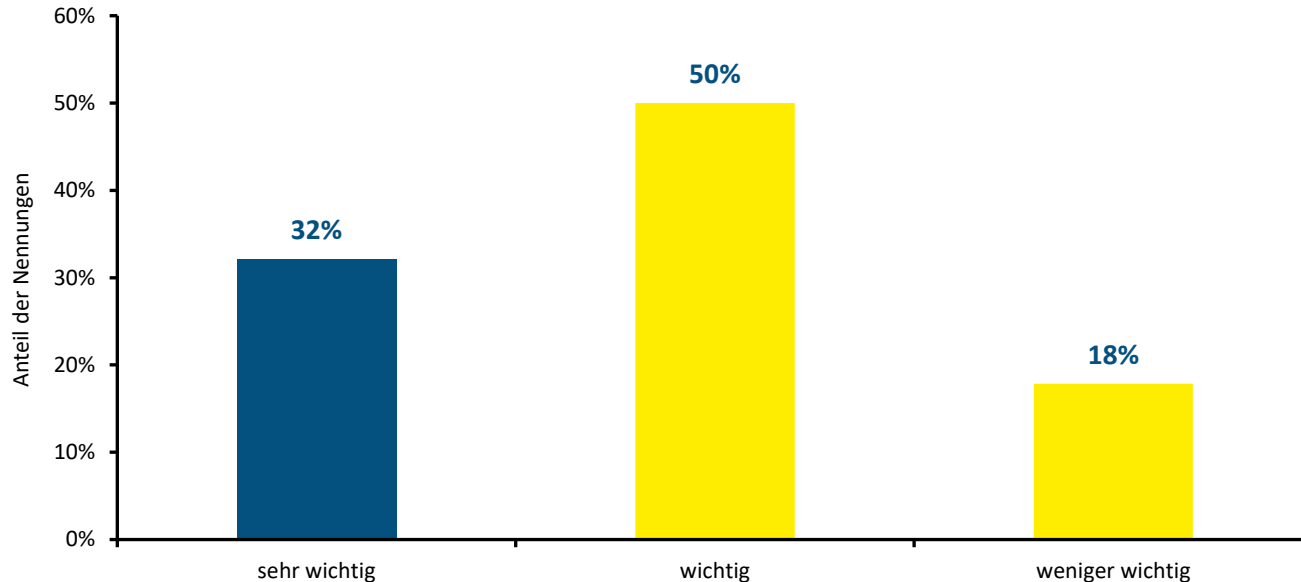
Die Erwartungen für 2023 sind überwiegend optimistisch – nur 7% befürchten einen Rückgang der Beschäftigtenzahl.

Aktuelle Themen

DEUTSCHE

FACHPRESSE

WIE WICHTIG IST IN DIESEM JAHR DAS THEMA NACHHALTIGKEIT FÜR IHR UNTERNEHMEN?



Quelle: Nicht hochgerechnete Sample-Befunde.

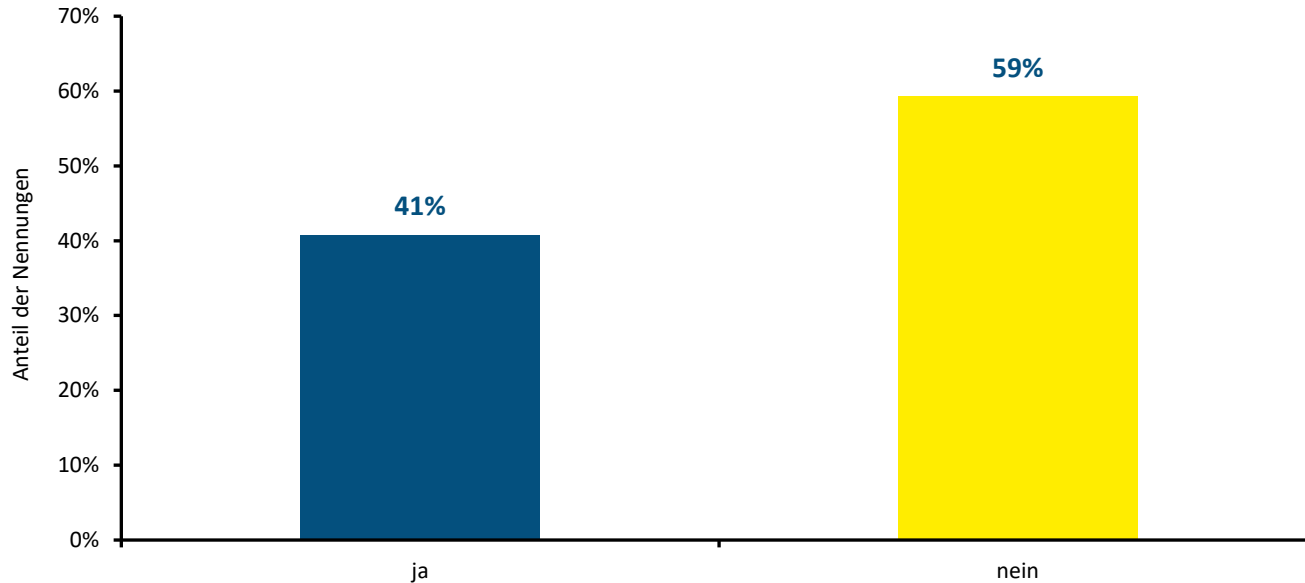
Die Beurteilung der Wichtigkeit des Themas Nachhaltigkeit im Jahr 2022 entspricht weitgehend den im Vorjahr formulierten Erwartungen zu diesem Thema. Für etwa vier von fünf Verlagen ist demnach Nachhaltigkeit wichtig oder sehr wichtig.

Aktuelle Themen

DEUTSCHE

FACHPRESSE

SIND EINZELNE FZ-TITEL WEGEN KOSTENANSTIEGEN EXISTENZGEFÄHRDET?



Quelle: Nicht hochgerechnete Sample-Befunde.

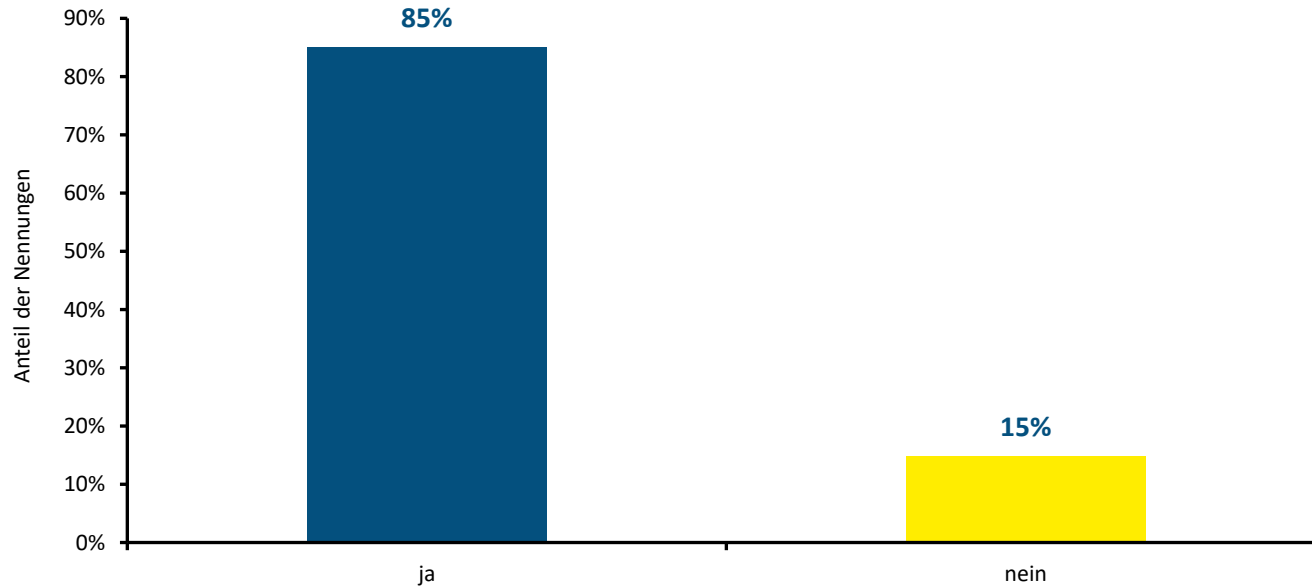
In etwa vier von zehn Verlagen sind zumindest einzelne Fachzeitschriftentitel wegen Kostenanstiegen in ihrer Existenz gefährdet.

Aktuelle Themen

DEUTSCHE

FACHPRESSE

IST ES SCHWERER, NEUE MITARBEITER:INNEN ZU GEWINNEN?



Quelle: Nicht hochgerechnete Sample-Befunde.

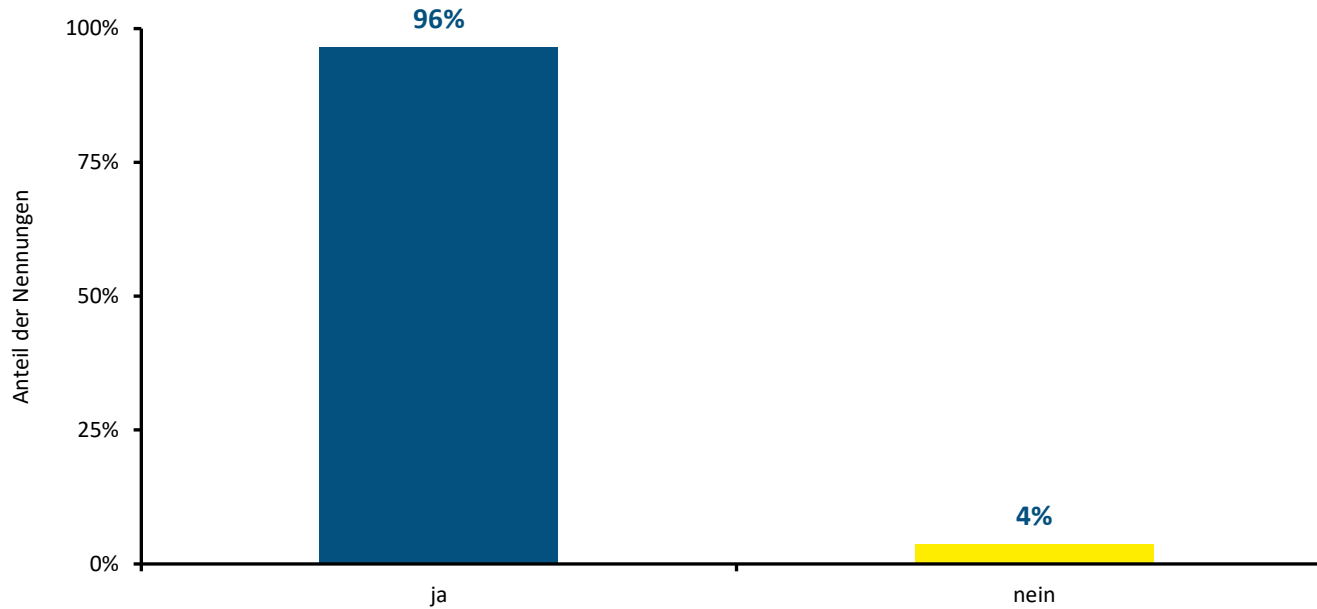
Etwas schwieriger geworden ist es für die Verlage offenbar, neue Mitarbeiter:innen zu gewinnen – 85% der Teilnehmer melden dies, im Vorjahr waren es nur 71%.

Aktuelle Themen

DEUTSCHE

FACHPRESSE

PLANEN SIE IN DIESEM JAHR IHRE DIGITALEN PRODUKTE UND SERVICES AUSZUBAUEN?



Quelle: Nicht hochgerechnete Sample-Befunde.

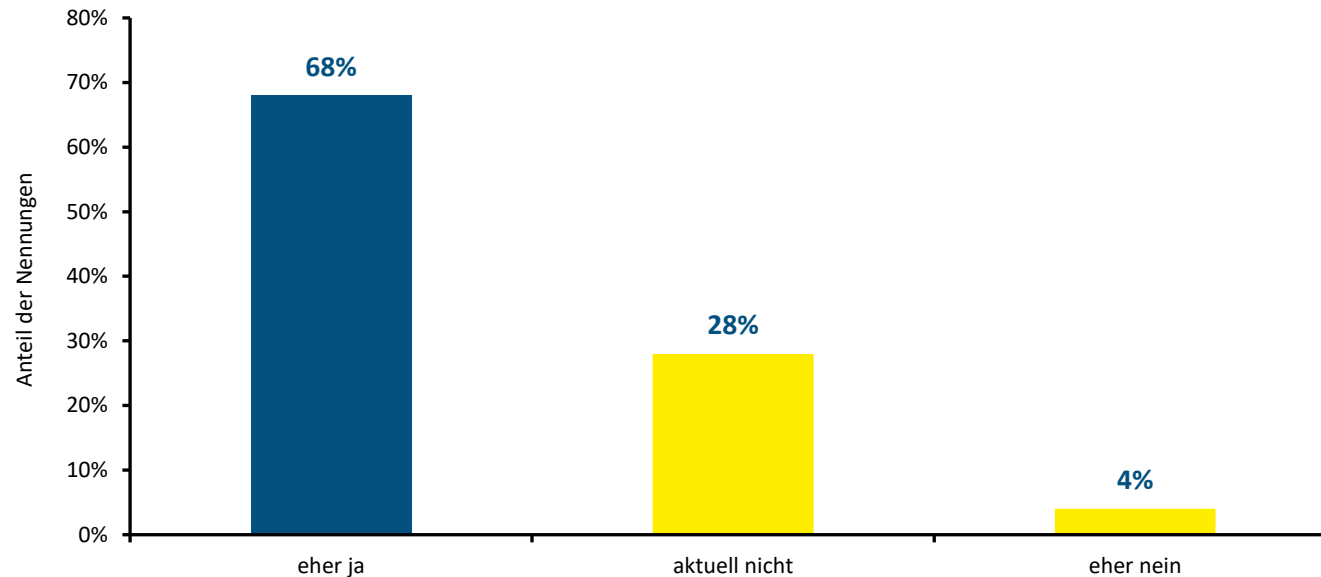
Fast alle Verlage planen einen Ausbau ihrer digitalen Produkte und Services.

Aktuelle Themen

DEUTSCHE

FACHPRESSE

IST ES INTERESSANT MIT PARTNERN IM BEREICH EINKAUF, IT, PERSONAL ODER SOFTWARE ZU KOOPERIEREN?



Quelle: Nicht hochgerechnete Sample-Befunde.

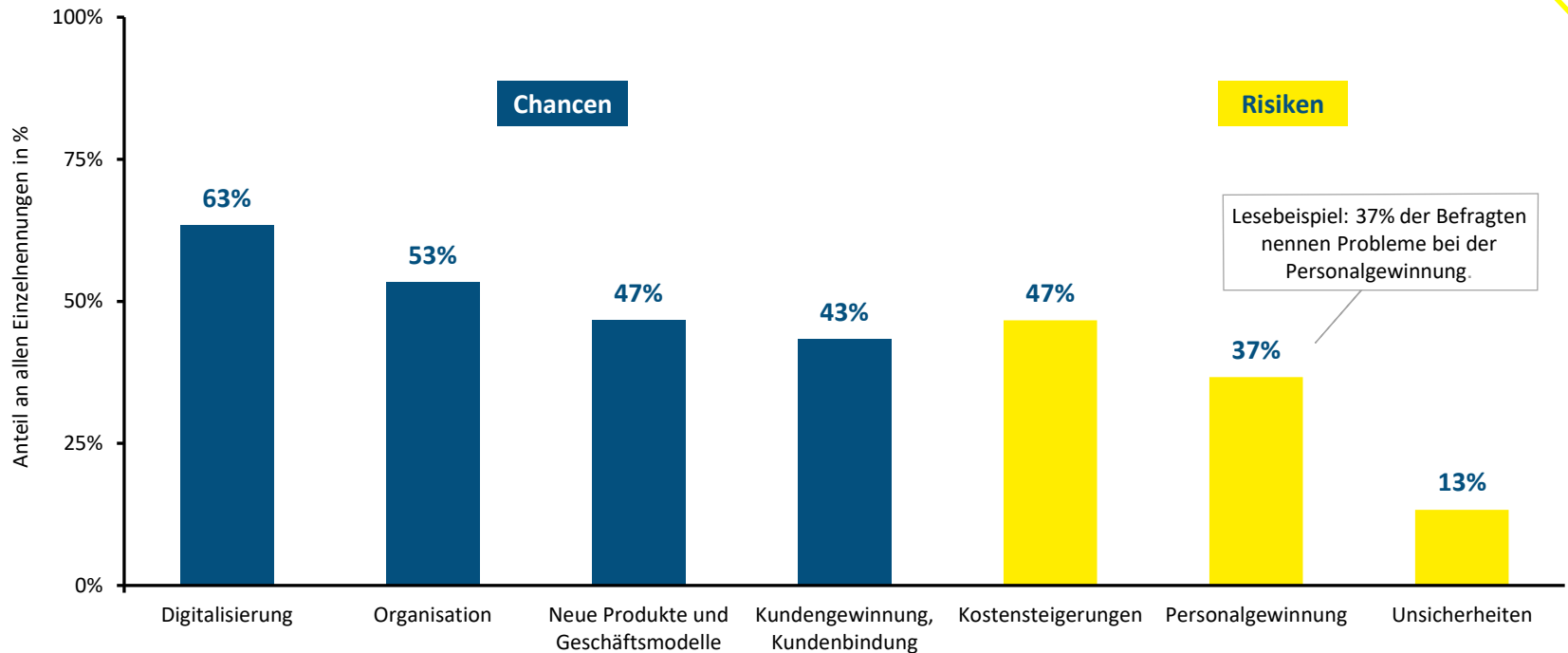
Etwa zwei Drittel der Verlage steht einer Kooperation mit Partnern offen gegenüber, 28% sehen hierfür aktuell keinen Bedarf, nur 4% erachten Kooperationen als eher uninteressant.

Top-Themen

DEUTSCHE

FACHPRESSE

DIE 3 TOP-THEMEN DER VERLAGE FÜR 2023 IN FREIER NENNUNG *



* Es sind Mehrfachantworten und Mehrfach-Zuordnungen der freien Einzelnennungen möglich.

Quelle: Nicht hochgerechnetes Sample.

Die in freier Nennung formulierten Topthemen für das Jahr 2023 lassen sich wieder grob in Chancen und Risiken einteilen. Jeweils mehr als die Hälfte der Verlage sieht Entwicklungschancen in einem Ausbau der Digitalisierung und organisatorischen Verbesserungen. Es folgt die Etablierung neuer Produkte und Geschäftsmodelle (z.B. Abo First, Paid Content), sowie die Kundengewinnung und Kundenbindung. Risiken werden vor allem in befürchteten Kostensteigerungen und der Gewinnung von Personal gesehen.

Fachpresse-Statistik 2022

Der Verein Deutsche Fachpresse ermittelt jährlich Kennziffern zum Fachmedienmarkt in Deutschland. Diese werden unter dem Titel „Fachpresse-Statistik“ veröffentlicht. Die Fachpresse-Statistik 2022 beruht auf einer Marktschätzung und einer Online-Befragung der Mitglieder der Deutschen Fachpresse im Zeitraum von Februar bis März 2023 anhand eines standardisierten Fragebogens.

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

Impressum

Fachpresse-Statistik 2022

Durchführung:

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

Projektleitung:

Bernd Adam, Deutsche Fachpresse

Herausgeber:

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