

INHALTSVERZEICHNIS

	<u>Seite</u>
Das kleine Fachpresse-Kompodium	2
Fachpressestatistik 2001	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
Graphische Darstellungen	13 - 23

DAS KLEINE FACHPRESSEKOMPENDIUM

Die Unternehmen

- > haben insgesamt durchschnittlich 73 (- 1 %) Beschäftigte (Fachpresse und andere Aktivitäten)
- > erzielen einen durchschnittlichen Umsatz 2001 von ca. 13,9 Mio. EUR (- 2 %), davon ca. 4,5 Mio. EUR mit Fachzeitschriften
- > mit ihren Fachpresseaktivitäten sind Teil der Unternehmensaktivitäten

Der Fachpresseumsatz

(Angaben in Mrd. EUR)	2000	→	2001
Gesamt	2,290	- 13 %	1,987
davon: Vertrieb	0,929	- 9 %	0,847
Anzeige	1,267	- 15 %	1,074
Sonstiges	0,094	- 30 %	0,066

Die Titelanzahl

	2000	→	2001
Titel insgesamt	ca. 3.590	+ 2 %	ca. 3.646
davon: neu eingeführt	ca. 110		ca. 117
relaunched	ca. 260		ca. 138

Die Jahresauflage

(Angaben in Mio.)	2000	→	2001
Verbreitete Auflage	ca. 502	- 5 %	ca. 476
davon: Verkaufte Auflage	57 %		54 %
Auflage	ca. 287	- 10 %	ca. 258

Internationale Aktivitäten

	2000	→	2001
Gesamt	37 %	- 19 %	30 %
speziell: fremdsprachige Titel	25 %	- 28 %	18 %
Kooperation mit ausländischen Fachverlagen	21 %	- 10 %	19 %
Auslandstöchter/-beteiligungen	10 %	+ 20 %	12 %

Weitere Verlagsaktivitäten

	2000	→	2001
Elektronisches Publizieren insgesamt	80 %	+ 15 %	92 %
speziell: Offline/CD-ROM	39 %	+ 5 %	41 %
Online/Internet	67 %	+ 37 %	92 %
Fachbücher	77 %	- 12 %	68 %

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: März bis April 2002
- Ermittlung der statistischen Daten für das Jahr 2001

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 Wechselseiten 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. 53 (50)%.

Das durchschnittliche Unternehmen hat insgesamt 73 (74) Mitarbeiter, davon 47 (44) kaufmännische Angestellte und 19 (18) redaktionelle Angestellte. Während der durchschnittliche Fachzeitschriftenumsatz pro Verlag bei etwa 4,5 (4,6) Mio. EUR liegt, beläuft sich der durchschnittliche Unternehmensumsatz insgesamt auf 13,9 (14) Mio. EUR.

B) Der Fachpresseumsatz

Der mit Fachzeitschriften erzielte Gesamtumsatz liegt 2001 bei 1,987 (2,290) Milliarden EUR. Der Vertriebsumsatz von 847 (929) Millionen EUR macht 43 (41)% dieses Gesamtumsatzes aus, der Anzeigenumsatz macht mit 1,074 (1,267) Milliarden EUR 54 (55)% aus, sonstige Erlöse 3 (4)%.

Insgesamt gesehen ist die Umsatzstruktur damit weitgehend stabil geblieben, allerdings bei einem Rückgang des Gesamtvolumens des Fachzeitschriftenmarktes.

C) Die Titelanzahl

478 Verlage, die Fachzeitschriften veröffentlichen, publizieren insgesamt ca. 3.646 (3.590) Titel: Durchschnittlich 8 (7) Titel pro Verlag bzw. ca. 5 Titel ohne Berücksichtigung der Extremwerte.

Die Anzahl der Titel hat sich somit im Jahr 2001 erhöht (+2%).

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 (ca. 10%). Wesentlich mehr Verlage haben Titel relaunched:

10 (12)% der Verlage haben neue Titel im Markt eingeführt, 9 (11)% Titel eingestellt, 18 (26) % Titel relaunched.

In absoluten Zahlen sind dies ca. 117 (110) neue Titel, 77 (70) eingestellte Titel, 138 (260) Titel, die einem Relaunch unterzogen wurden.

Aktiver sind wiederum die größeren Verlage mit über 2,5 Millionen EUR Fachpresseumsatz: Hier haben immerhin 21 (30)% im vergangenen Jahr mindestens einen Titel neu eingeführt, 24 (21)% mindestens einen Titel eingestellt und 34 (39)% mindestens einen Titel relaunched.

E) Die Auflage

Die ca. 3.646 (3.590) Titel erscheinen mit unterschiedlicher Frequenz in unterschiedlichen Auflagen. Summiert über das ganze Jahr 2001 ergibt sich laut Verlagsangaben eine verbreitete Gesamtauflage von ca. 476 (502) Millionen Exemplaren, davon ca. 258 (287) Millionen Exemplare als verkaufte Auflage (54 [57]%). Pro Titel heißt das: durchschnittlich ca. 130.500 (140.000) verbreitete Exemplare pro Jahr.

F) Die Inhalte

Die ca. 3.646 (3.590) Fachtitel decken das gesamte Spektrum der Fachzeitschriften mit überwiegend wissenschaftlichem Inhalt einerseits und der sonstigen Fachzeitschriften andererseits ab.

Jeweils zwischen 10 und 20% der Verlage bieten Fachzeitschriften mit überwiegend wissenschaftlichem Inhalt in den Bereichen Natur- und Ingenieurwissenschaft (17), Medizin (10), Sprach- und Kulturwissenschaft (16) sowie im Bereich Recht/Wirtschaft/Gesellschaft (hier über 21% der Verlage) an.

Im Bereich sonstiger, nicht überwiegend wissenschaftlich ausgerichteter Titel sind im Bereich Industrie/Handwerk über 30% der Verlage und im Bereich Handel/Dienstleistung ca. 21% aktiv. In den Bereichen Bildung/Erziehung, Gesundheitswesen, Landwirtschaft/Ernährung, öffentliche Verwaltung sowie Informationstechnologie sind jeweils zwischen 5 und 12% 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 30 (37)% der Verlage tätig (57 [59]% der Verlage mit über 2,5 Millionen EUR Fachpresseumsatz).

Im einzelnen: 18 (25)% aller Verlage und 39 (39)% der größeren Verlage mit über 2,5 Millionen EUR Fachpresseumsatz publizieren in Deutschland fremdsprachige Titel. 19 (21)% aller Verlage und 37 (38)% der größeren Verlage kooperierten 2001 mit ausländischen Fachverlagen. 12 (10)% aller Verlage und 32 (34)% der größeren Verlage haben Auslandsbeteiligungen oder Auslandstöchter. Die Kooperationen mit ausländischen Fachverlagen sowie die Auslandsbeteiligungen werden vorwiegend in Ost- und Westeuropa eingegangen, beiden grösseren Verlagen darüber hinaus auch in Nordamerika und Fernost.

Bezogen auf den Fachpressegesamtumsatz der deutschen Verlage entfallen im Durchschnitt 6 (11)% 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, wenn auch bei leicht rückläufiger Tendenz, deren Ursache aber nicht in der Sache selbst liegen muss.

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 92 (80)% aller Verlage und 100 (99)% der größeren Verlage mit über 2,5 Millionen EUR Fachpresseumsatz im vergangenen Jahr tätig gewesen.

Die entsprechenden Werte (Alle/Fachpresseumsatz über 2,5 Mio.) speziell für Offline-Angebote: 41 (39)% und 46 (46)%. Im Online-/Internetbereich: 92 (67)% / 100 (97)%.

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 weit 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 dritter Stelle – nach den Fachzeitschriften und Online-Angeboten – stehen weiterhin die Fachbücher, die von 68 (77) % der Verlage angeboten werden und in diesen Fällen durchschnittlich mit ca. einem Viertel zum Fachinformationsumsatz beitragen. Die übrigen Angebote haben zwar ebenfalls leicht zugenommen, sind aber hinsichtlich des Umsatzes weiterhin von untergeordneter Bedeutung und wurden in der vorliegenden Darstellung nicht berücksichtigt.

I) Online-Angebote

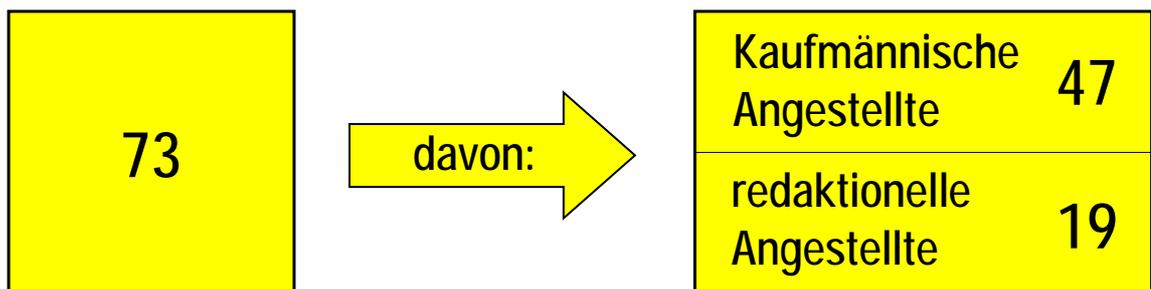
Die Mehrzahl der Verlage ist mittlerweile mit Online-Aktivitäten/Angeboten im worldwideweb vertreten, von den Verlagen mit über 2,5 Mio. EUR sogar alle. Die durchschnittliche Anzahl von Online-Angeboten liegt im Total bei ca. 3, bei den Verlagen mit über 2,5 Mio. EUR Fachzeitschriftenumsatz bei ca. 5 Angeboten. Die Gesamtzahl aller Angebote liegt bei ca. 1370 wobei die grösseren Verlage ca. 55% dieser Angebote stellen. Ca. 77% aller Verlage mit Online-Angeboten erzielen mit diesen keine Kostendeckung. Insgesamt arbeiten nur knapp 25% aller Online-Angebote kostendeckend (bei den grösseren Verlagen unter 20% der Angebote).

Zur Kostendeckung tragen dabei vor allem Anzeigenerlöse (bei ca. 20% der Verlage) und der Subskriptionsverkauf (bei ca. 18% der Verlage) bei. E-Commerce folgt an dritter Stelle (bei 13% der Verlage) vor Content-Verkauf und sonstigen Umsatzarten (bei ca. 9 bzw 7% der Verlage). Pay per document/view wird von nur 5% aller Verlage genannt.

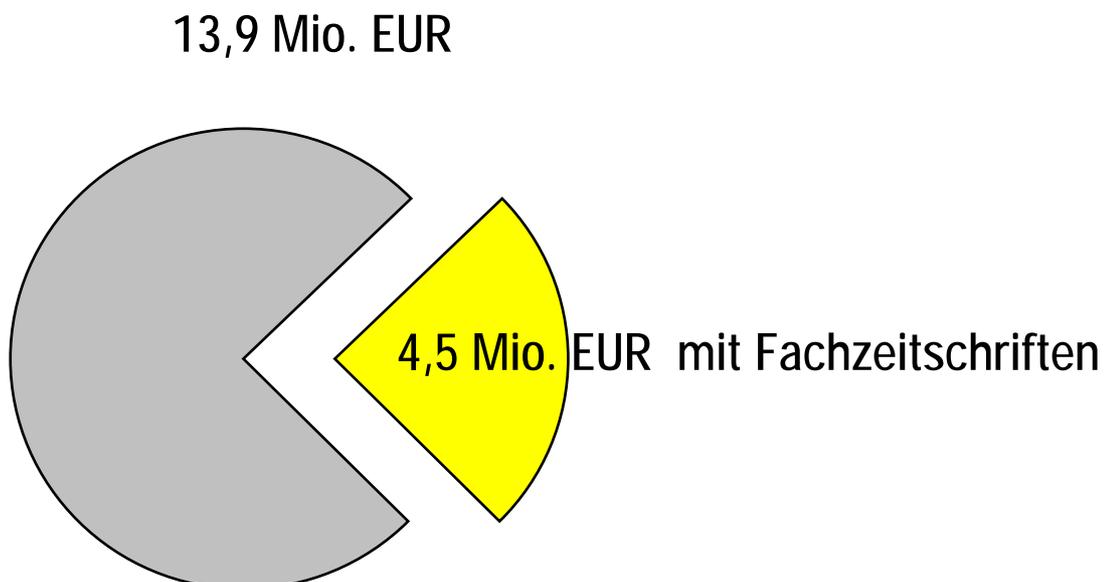
Bei den grösseren Verlagen lautet die Reihenfolge der Umsatzarten, die zur Kostendeckung beitragen: Anzeigenerlöse (bei 46% der Verlage), E-Commerce (bei 22%), Content-Verkauf (bei 22%) und Subskriptionsverkauf (bei 17%).

A. Die Unternehmen

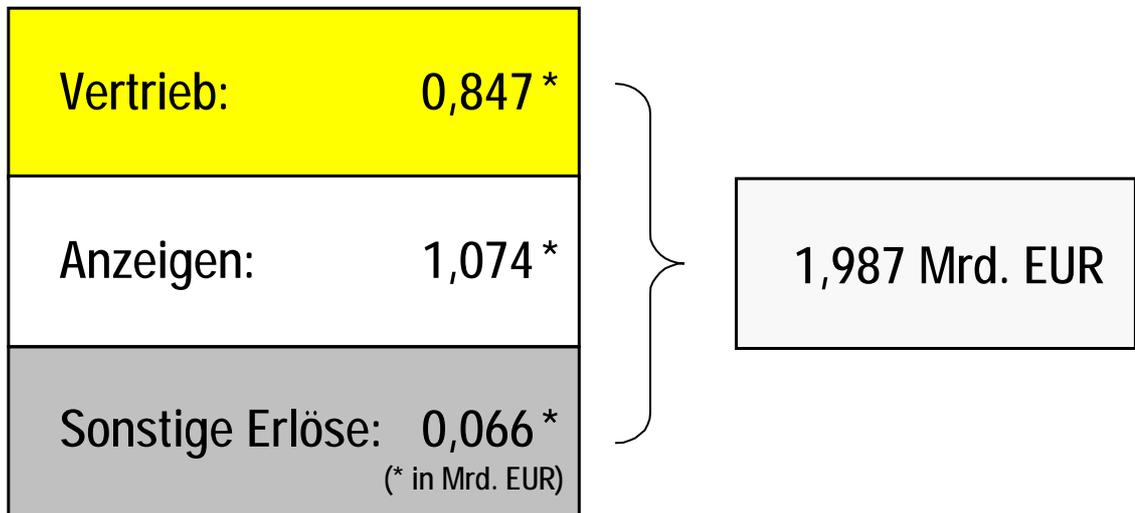
1. Beschäftigte je Unternehmen (Fachpresse und sonstige Unternehmensaktivitäten)



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

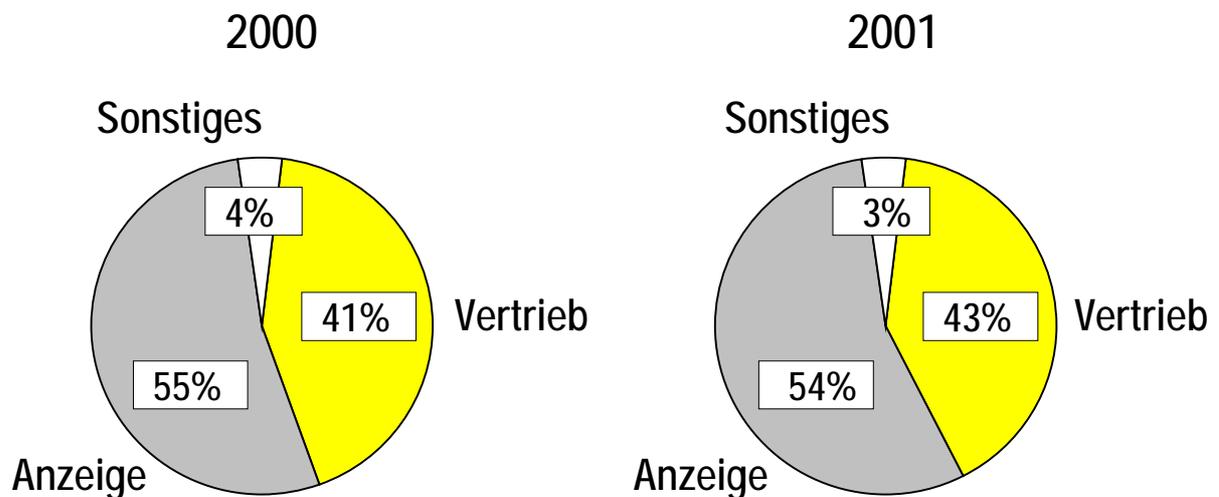


B. Der Fachpresseumsatz



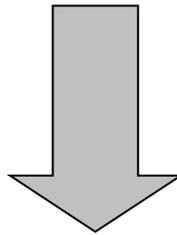
➔ Durchschnitt pro Verlag: ca. 4,9 Mio. EUR

Die Anteile

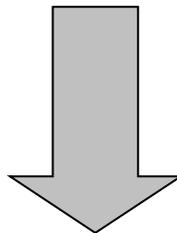


C. Die Titelanzahl

ca. 480 Verlage



ca. 3.646 Titel



je Verlag: ca. 8 Titel

D. Bewegung im Titelmarkt

2001:

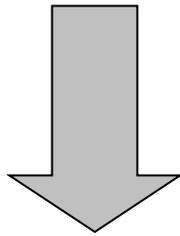
Titel neu eingeführt:	10 % der Verlage (21 %*)
Titel eingestellt:	9 % der Verlage (24 %*)
Titel relaunched:	18 % der Verlage (34 %*)
* = Verlage über 2,5 Mio. Umsatz	

2000 neu:	ca. 110 Titel
2001 neu:	ca. 117 Titel

2000 relaunched:	ca. 260 Titel
2001 relaunched:	ca. 138 Titel

E. Die Auflage

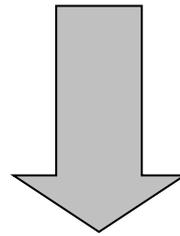
Verbreitete Auflage



Summe: 476 Mio.

(2000: 502 Mio.)

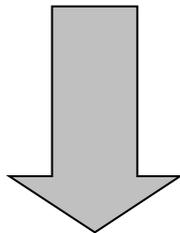
Verkaufte Auflage



Summe: 258 Mio.

= 54% der verbreiteten Auflage

(2000: 287 Mio.)

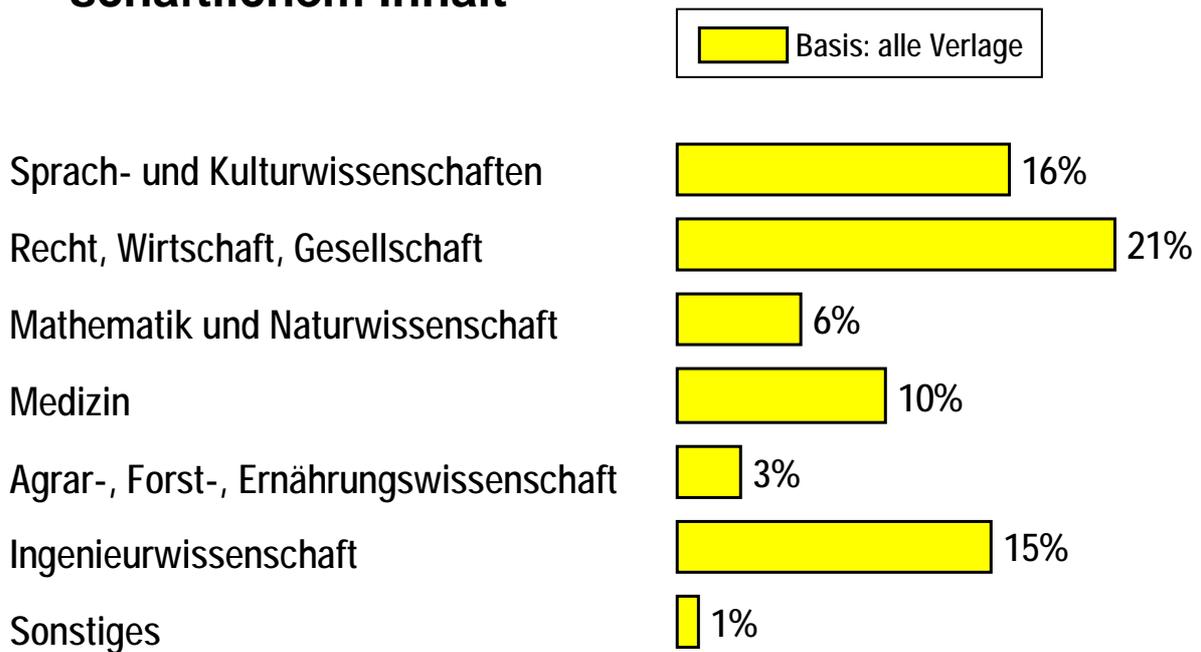


je Titel:

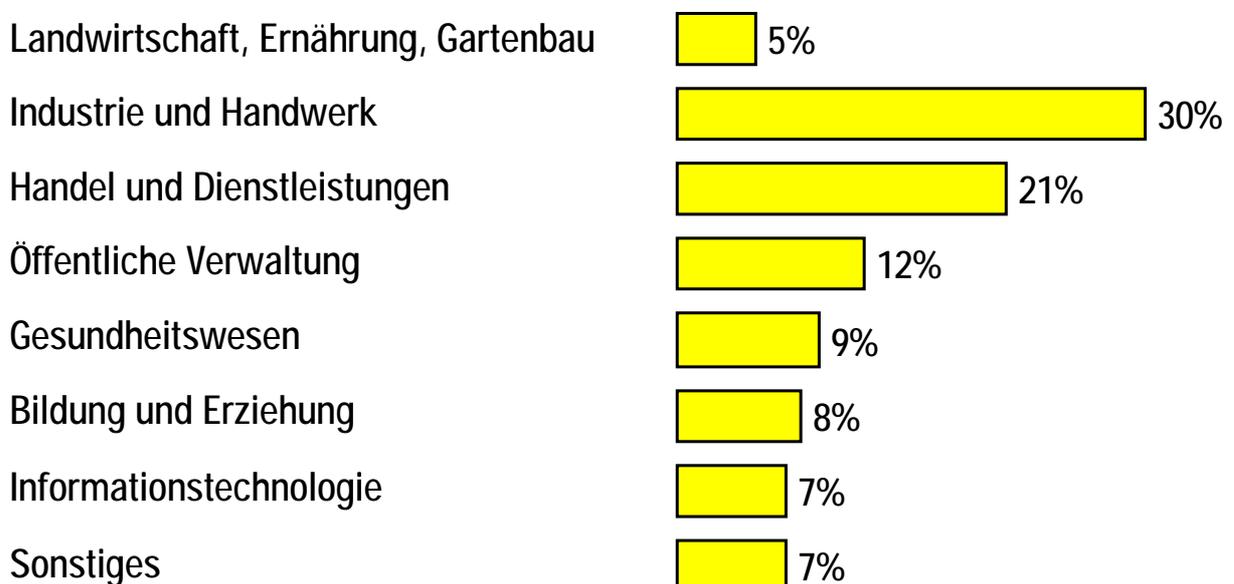
ca. 130 Tsd. in 2001

F. Die Inhalte

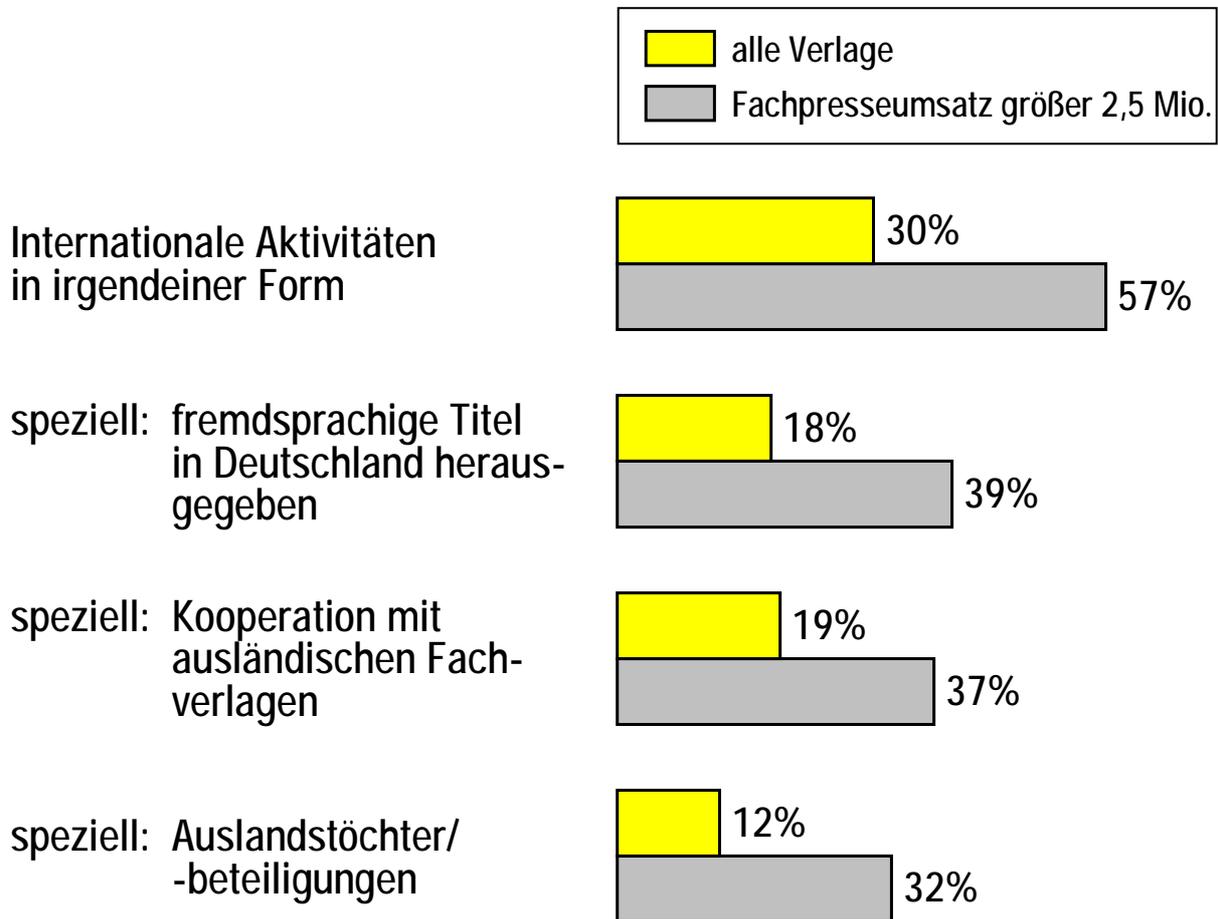
a. Fachzeitschriften mit überwiegend wissen- schaftlichem Inhalt



b. Andere Fachzeit- schriften



G. Internationale Aktivitäten

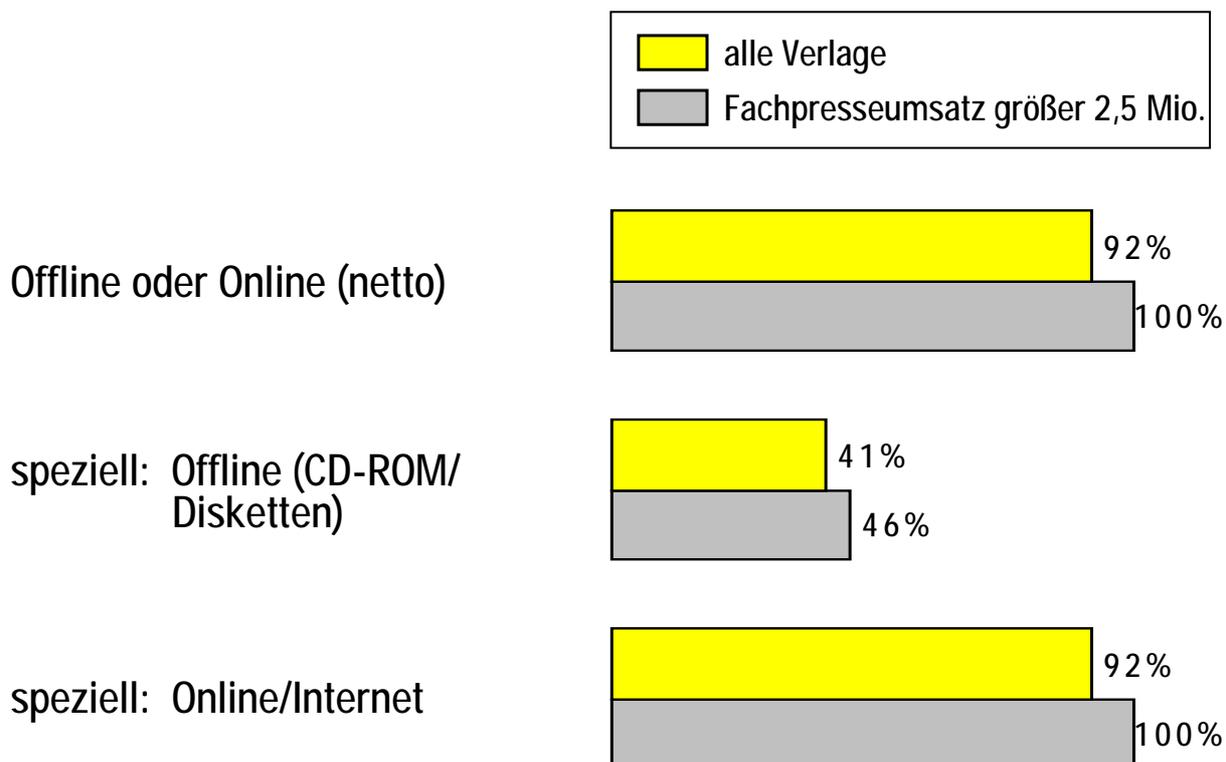


Anteil „Ausland“ (Vertriebs- /Anzeigenerlöse) bezogen auf den Fachpresse-Gesamtumsatz der deutschen Fachverlage:

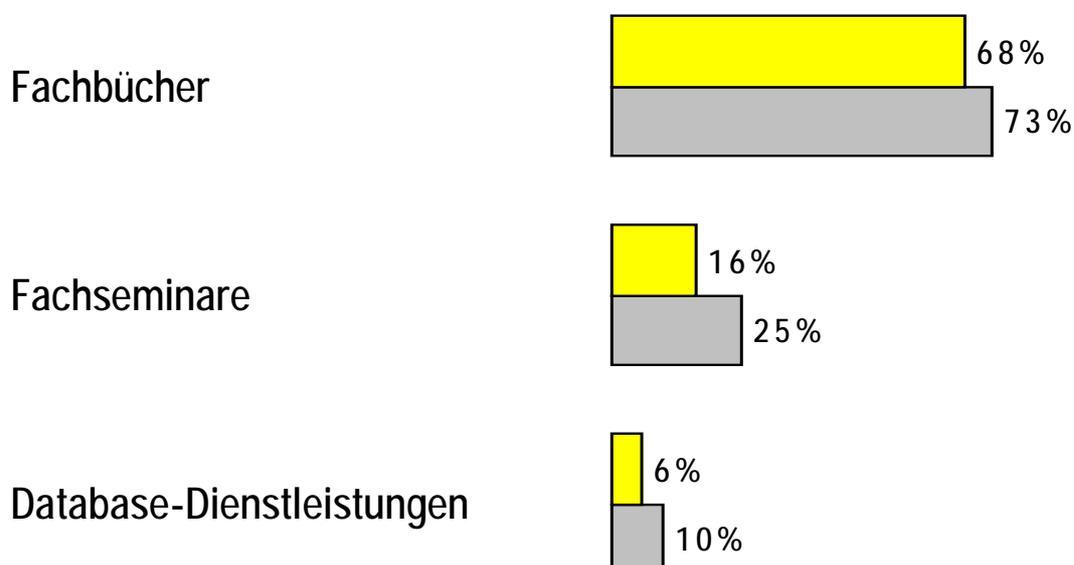
ca. 6%, d.h. fast 120 Mio. EUR

H. Fachinformationen

a. Elektronisches Publizieren



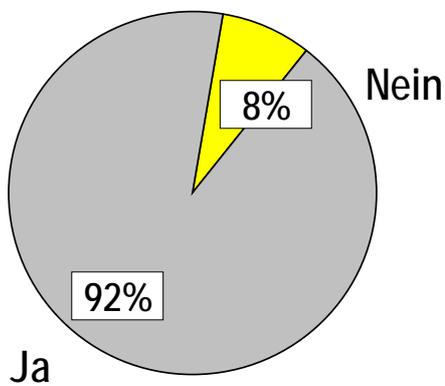
b. Sonstiges



I. Online-Angebote (1)

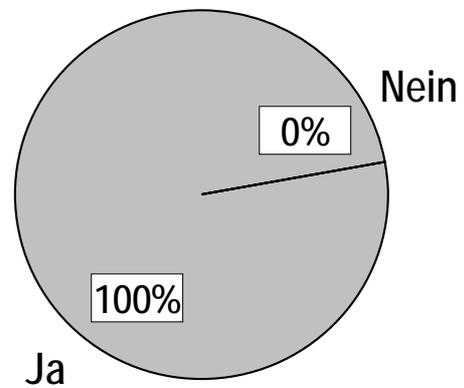
a. Unterhalten Sie Online-Angebote?

Alle Verlage



Durchschnittlich: 3

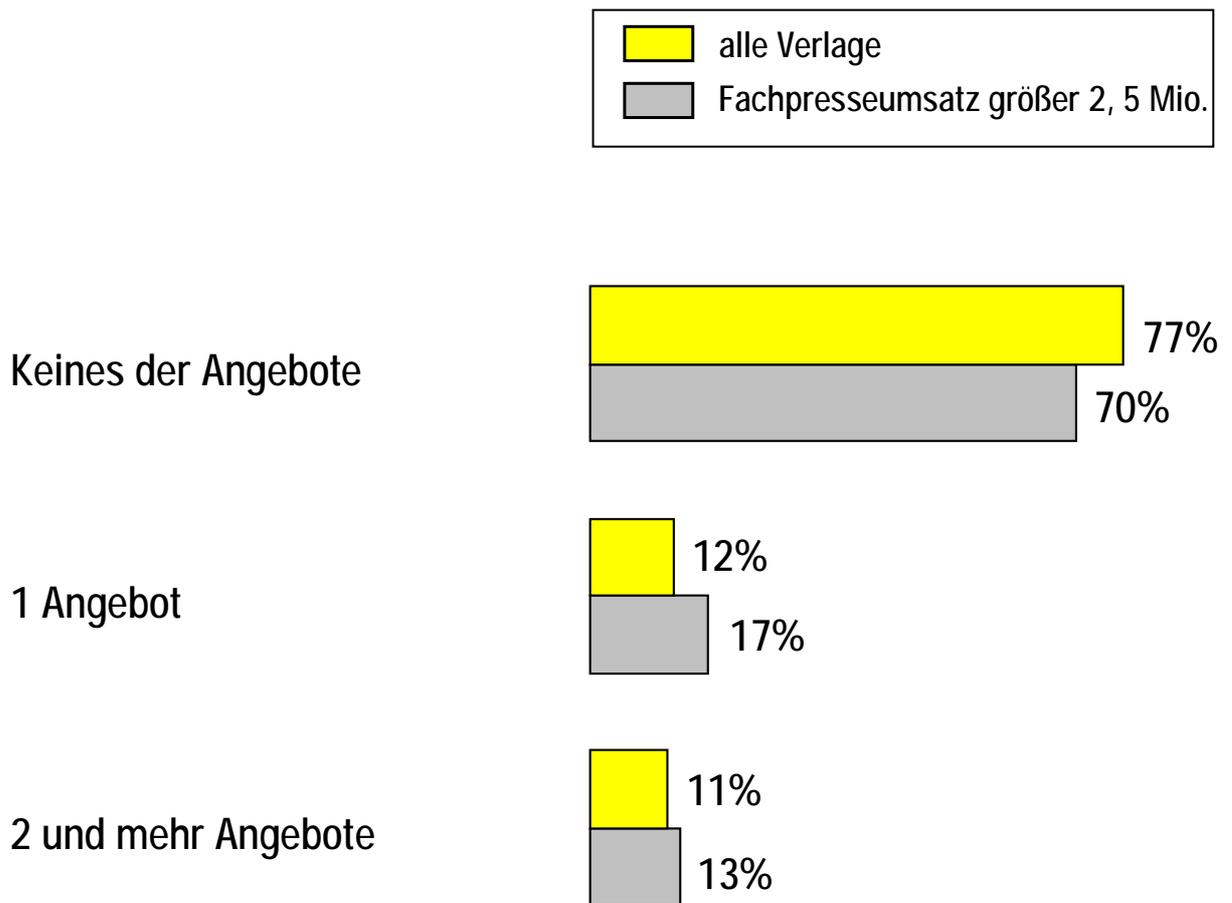
Fachpresseumsatz größer 2,5 Mio.



Durchschnittlich: 5

I. Online-Angebote (2)

b. Online-Angebote, die kostendeckend arbeiten



I. Online-Angebote (3)

c. Welche Umsatzarten tragen dabei am meisten zur Kostendeckung bei?

