

Presseinformation

Corona-Jahr hinterlässt Spuren: Fachpresse-Statistik 2020 zeigt Auswirkungen der Pandemie auf die Fachmedienbranche

Frankfurt, 27.04.2021

Fachmedienhäuser erwirtschafteten einen Umsatz von 7,43 Milliarden Euro (-6,4%) / Umsätze im Eventgeschäft deutlich eingebrochen / Digital- und Printumsatz nahezu gleichauf / Digitalisierungsschub für Fachmedienanbieter

Verein Deutsche Fachpresse
www.deutsche-fachpresse.de

Pressekontakt

Deutsche Fachpresse
Mareike Petermann
T +49 (0)69 1306-378
petermann@deutsche-fachpresse.de

Büro Frankfurt

Braubachstraße 16
60311 Frankfurt am Main
T +49 (0)69 1306-397
F +49 (0)69 1306-417

Büro Berlin

Markgrafenstraße 15
10969 Berlin
T +49 (0)30 72 62 98-141
F +49 (0)30 72 62 98-142

Mit einem Umsatzrückgang von 6,4 Prozent zeigt die Fachpresse-Statistik 2020 deutlich die Spuren, die die Corona-Pandemie in der Fachmedienbranche hinterlassen hat. Insgesamt sank der Gesamtumsatz deutscher Fachmedienhäuser um 510 Millionen Euro auf 7,43 Milliarden Euro. Der starken Nachfrage nach Fachmedieninhalten sowie den Anstrengungen der einzelnen Unternehmen und Mitarbeiter:innen ist es zu verdanken, dass sich die Branche dennoch behaupten konnte und der Umsatzrückgang nicht deutlicher ausgefallen ist. Positiv dazu beigetragen haben vor allem Erlöse aus digitalen Medien: Diese stiegen um 4,8 Prozent und machen 41,3 Prozent am Gesamtumsatz aus. Rückläufig waren 2020 dagegen die Printerlöse, die ein Minus von 7,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen. Die gravierendsten Auswirkungen gab es im Bereich der Veranstaltungen und Messen: Durch den coronabedingten Wegfall der physischen Events brach der Geschäftszweig um die Hälfte ein.

„Das zurückliegende Jahr hat gezeigt, wie wichtig gerade in Krisenzeiten aktuelle, zuverlässige und hochwertige Informationen für Wirtschaft und Wissenschaft sind“, so Bernd Adam, Geschäftsführer der Deutschen Fachpresse. „Die Fachmedien begleiten ihre Leser:innen und Kund:innen mit hohem Engagement durch diese schwierige Zeit. Hierfür ist es absolut notwendig, dass sie sich auf faire wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen verlassen können, die ihnen eine erfolgreiche Geschäftstätigkeit ermöglichen.“

Printumsätze gehen zurück, aber bleiben stärkstes Geschäftsfeld

Der Printbereich weist 2020 einen Umsatz von 3,59 Milliarden Euro aus, ein Minus von 7,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. 81,1 Prozent entfallen auf das Segment Fachzeitschriften insgesamt, 18,9 Prozent auf Fachbücher. Die Printerlöse bleiben über das gesamte Portfolio nach wie vor die wichtigste Erlösquelle von Fachmedienhäusern. Die Anzahl der Fachzeitschriftentitel entspricht mit 5.695 Titeln in etwa dem Vorjahreswert. Die Print-Jahresauflage verzeichnet einen Rückgang um 6,1 Prozent, ein Plus von etwa 12,7 Prozent wurde jedoch für die ePaper-Auflagen gemeldet.

Fast alle Erlösarten sind von einem Rückgang betroffen. Ein genauer Blick auf die Zahlen zeigt, dass die Fachzeitschriften-Vertriebserlöse nahezu gleichgeblieben sind (+0,2%). Ein

Abdruck honorarfrei. Belegexemplar erbeten.

Die Haftung der Handelnden und Mitglieder ist auf das Vermögen des Vereins beschränkt.

Träger: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V., Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V.

Anzeichen dafür, dass Fachzeitschriften gerade in der Krisenzeit eine hohe Relevanz in ihrer jeweiligen Zielgruppe haben. Am deutlichsten haben die Werbeerlöse der Fachzeitschriften verloren mit einem Rückgang um 15,4 Prozent. Die allgemeine Werbezurückhaltung in bestimmten Branchen sowie fehlende Anzeigen aufgrund ausgefallener Messen und Kongresse dürften einen erheblichen Teil zu diesem Rückgang beigetragen haben.

Umsatzsegment Veranstaltungen und Messen um die Hälfte eingebrochen

Das Veranstaltungsgeschäft konnte in den zurückliegenden Jahren deutlich wachsen, Fachmedienhäuser investierten verstärkt in entsprechende Geschäftsmodelle. Pandemiebedingt erlebte dieses Geschäftsfeld 2020 einen deutlichen Einbruch. Mit einem Umsatz von 340 Millionen Euro sind die Erlöse um 51,1 Prozent gesunken (im Vergleich zum Vorjahr). Der Anteil dieser Erlösart am Gesamtumsatz ging von 8,8 Prozent auf 4,6 Prozent zurück. Als Reaktion auf die Pandemie und die veränderten Bedürfnisse Ihrer Kund:innen und Zielgruppen haben die Fachmedienhäuser umgehend digitale Formate entwickelt und konnten Teile des Veranstaltungs- und Seminargeschäfts in den digitalen Raum transformieren.

Digitalbereich wächst weiterhin – Verlagerung vom Print ins Digitale

Die Digitalerlöse sind im vergangenen Jahr um 4,8 Prozent gestiegen. Vom Gesamtumsatz entfielen 3,07 Milliarden Euro auf diesen Bereich. Im Vergleich mit den Printerlösen (3,59 Mrd. Euro) zeigt sich, dass Erlöse digitaler Angebote über die Jahre immer mehr aufholen und heute nahezu gleichauf mit dem Printsegment sind. Während die Werbeerlöse hier stabil blieben, wuchsen die Vertriebslöse um 7,4 Prozent auf 1,85 Milliarden Euro. Gerade mit ihren digitalen Angeboten wie beispielsweise Datenbanken oder ePaper-Ausgaben konnten die Fachmedienhäuser ihre Kund:innen unmittelbar im Homeoffice mit den notwendigen Fachinformationen versorgen.

Die Corona-Pandemie und Ihre Auswirkungen: Differenziertes Bild in der Branche

Der Blick auf die Fachmedienhäuser zeigt trotz allgemeiner Corona-Auswirkungen ein eher differenziertes Bild. Mehr als die Hälfte beurteilt das Jahresergebnis schlechter als im Vorjahr, rund jeder vierte Verlag sieht aber eine Verbesserung. 37 Prozent erwarten auch für 2021 eine Verschlechterung, je drei von zehn Unternehmen erwarten ein gleichbleibendes oder besseres Ergebnis. Trotz Kurzarbeit mussten etwas über ein Drittel Personal abbauen. 21 Prozent waren aber in der Lage, ihre Mitarbeiterzahl zu erhöhen. Hervorzuheben ist, dass sich die Zahl der Produkte im Vergleich zu 2019 nicht verringert hat – bei 36 Prozent hat sie sich sogar erhöht. Wie die Gestaltung der Arbeit in den Häusern nach der Corona-Pandemie aussehen kann, wird intensiv diskutiert. Mehr als die Hälfte der Unternehmen (60%) plant bereits heute das mobile Arbeiten langfristig auszuweiten, die restlichen 40 Prozent sind noch in der Entscheidungsphase. In einem Punkt sind sich die Fachmedienanbieter in überwiegenderem Maße einig: 90 Prozent gaben an, dass die Corona-Pandemie einen Digitalisierungsschub ausgelöst hat.

Die ausführlichen Ergebnisse der Fachpresse-Statistik 2020 stehen auf der Website der Deutschen Fachpresse zum Download bereit.

Ansprechpartner für Verlage zur Fachpresse-Statistik ist Bernd Adam, Deutsche Fachpresse, Telefon: 069/1306-326, E-Mail: adam@deutsche-fachpresse.de.



DEUTSCHE

FACHPRESSE

Über die Deutsche Fachpresse

Der Verein Deutsche Fachpresse ist die zentrale Marketing- und Dienstleistungsplattform für alle Anbieter von Fachinformationen im beruflichen Umfeld. Sie wird getragen vom Fachverband Fachpresse im Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (Berlin) und der IG Fachmedien im Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Frankfurt am Main). Die Deutsche Fachpresse repräsentiert 350 Mitglieder in einer Branche mit insgesamt rund 5.700 Titeln und einem Umsatz von 7,43 Milliarden Euro im Jahr 2020. Durch vielfältige Leistungen macht die Deutsche Fachpresse ihre Mitglieder am Markt noch erfolgreicher. Sie fördert die gemeinsamen wirtschaftlichen und politischen Anliegen der Mitgliedsunternehmen und vermittelt aktuelles Branchenwissen. Mit gattungsspezifischen Kontaktplattformen schafft sie Beziehungsnetzwerke und positioniert Fachmedien als zuverlässige Informationsquellen und effiziente Werbeträger. Weitere Informationen unter: [deutsche-fachpresse.de](https://www.deutsche-fachpresse.de)

Pressekontakt:

Deutsche Fachpresse

Mareike Petermann

Telefon: 069 / 1306-378

E-Mail: petermann@deutsche-fachpresse.de