

FACHPRESSE**Kleine Verlage punkten mit Print und Relevanz**

Die deutschen Fachmedien erwirtschafteten 2022 einen Gesamtumsatz von 8,33 Mrd. €. Nach der Fachpresse-Statistik ist der Umsatz gegenüber 2021 um 339 Mio. € (4,2%) gestiegen. Erstmals haben Fachmedien dabei mit dem Digitalgeschäft (43,7%) mehr Umsatz generiert als mit Print (42,5%).

Der wichtigste Umsatztreiber war allerdings das nach der Corona-Pandemie wieder erstarkte Veranstaltungsgeschäft mit 221 Mio. €, dessen Anteil gegenüber 2021 um 2,4% auf 8,4% gestiegen ist. Zwar ist auch das Digitalgeschäft, zu dem digitale Fachzeitschriften, Webseiten, Datenbanken etc. zählen, mit 137 Mio. € für den Umsatzanstieg verantwortlich, mit +3,9% wuchs dieser Bereich jedoch schwächer als noch im Jahr zuvor (+14,0%). Gedämpft wird das Gesamtwachstum der Fachmedien durch die Entwicklung im Printgeschäft (-1,3%). Auffällig ist dabei jedoch, dass Print in kleinen Verlagen nicht schrumpft, sondern um 4,9% wächst. Die Zahl der gedruckten Fachzeitschriftentitel ist im Jahr 2021 allerdings um 40 Titel oder -0,7% auf 5.576 gesunken.

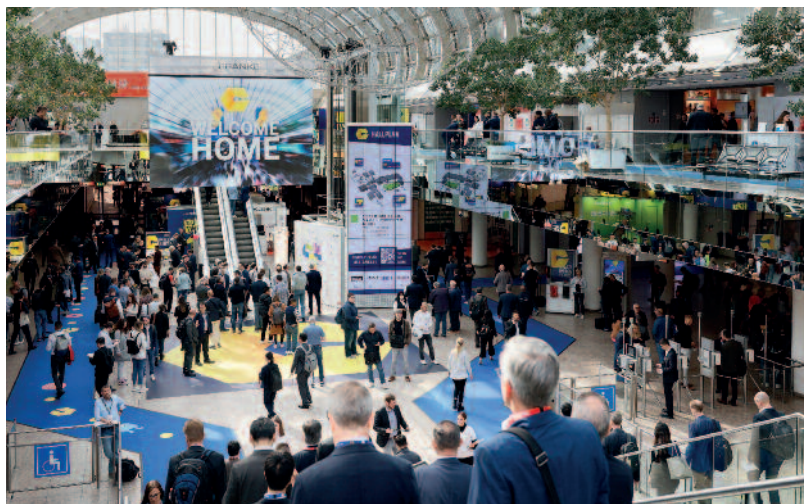
Was aber jenseits dieser Zahlen von generellem Interesse sein muss, sind die Auswertungen der LAE-Leseranalyse Entscheider 2022, die belegt, dass Fachzeitschriften die wirklichen «Entscheider-Medien» sind. So werden Fachmagazine von Entscheidern in der Wirtschaft zu 56,2% regelmässig und zu 88,8% regelmässig oder gelegentlich in Anspruch genommen. Erst danach folgen im Ranking Websites, Social Media oder Newsletter.

Wenn Fachmagazinen also die höchste Relevanz für die berufliche Tätigkeit bescheinigt wird, ist das mit den «Entscheider-Medien» Tageszeitungen, Wochen- und Wirtschaftsmagazinen also eher Mythos denn Wirklichkeit. Was nicht verwundert. Wo die Wirtschaftspresse wenig fokussiert im Allgemeinen bleibt, dringen Fachmedien (wenn sie ihre Aufgabe ernst nehmen) tief in die Themen ein. Und servieren damit nicht etwa Wissen für den Smalltalk auf der nächsten Party, sondern relevantes Know-how für Entscheidungen.

88,8%

aller Entscheider in der Wirtschaft lesen regelmässig oder gelegentlich gedruckte Fachzeitschriften – vor digitalen Angeboten und Social Media.

Quelle: LAE Fachpresse-Sonderauswertung 2022.



INTERPACK POSITION ALS WICHTIGE MESSE BESTÄTIGT

Wegen der Coronapandemie musste die *Interpack* sechs Jahre lang aussetzen. Vom 4. bis 10. Mai 2023 traf sich die Verpackungsbranche wieder in Düsseldorf und behauptete mit 143.000 Besuchern ihre Position als wichtigste Verpackungsmesse der Welt. Allerdings ist die Besucherzahl von 170.899 (im Jahr 2017) merklich zurückgegangen. Die Zahl der Aussteller blieb mit 2.807 jedoch stabil (2017 waren es 2.860).

Thematisch hat die *Messe Düsseldorf* die *Interpack* auf die vier Hot Topics Kreislaufwirtschaft, Ressourcenschonung, Digitalisierung und Produktsicherheit ausgerichtet. Vor dem Hintergrund der enormen Herausforderungen und Chancen bot die *Interpack* für viele Besucher eine wichtige Orientierung. Die Notwendigkeit zur Automatisierung, der Wille zur Nachhaltigkeit und veränderte Konsumgewohnheiten sind Ausdruck einer tiefgreifenden Branchen-Transformation.

Die Aussteller präsentierten High-End-Technologien und ganzheitliche Konzepte, die die Effizienz und Nachhaltigkeit berücksichtigen. Unter den vielen Lösungen, die auf der *Interpack* Weltpremiere feierten, waren auch zahlreiche Packstoffe und Packmittel zu sehen.

Die nächste *Interpack* wird erneut auf sieben Tage angesetzt und ist für den Zeitraum vom 7. bis 13. Mai 2026 in Düsseldorf angesetzt.

BOBST GROUP Mehrheit an Dücker Robotics

Die Schweizer *Bobst Group* hat 70% der Anteile an der *Dücker Robotics*, Momo, Italien, erworben. *Dücker Robotics* liefert Roboter für die Beladung und Palettierung im Wellpappensektor und bietet Lösungen für die Faltschachtelindustrie. Die strategische Vereinbarung, die Ende April

2023 geschlossen wurde, ist Teil der Industrievision von *Bobst*, in der die gesamte Verpackungsproduktion vernetzt und automatisiert wird. «Automatisierung war für unsere Kunden noch nie so wichtig wie heute. *Dücker Robotics* ist seit 20 Jahren in der Entwicklung von Robotersystemen für anspruchsvolle Verarbeitungsmaschinen aktiv, und wir sind gespannt, was wir gemeinsam erreichen können», sagte



JEAN-PASCAL BOBST, CEO der *Bobst Group*.

Die Synergien zwischen beiden Unternehmen werden die Entwicklung neuartiger Lösungen ermöglichen, die den Bedürfnissen der Anwender entsprechen. *Bobst* ist zuversichtlich, mit dieser Akquisition seine Position im Bereich Druck und Verarbeitung weiter auszubauen.