

## ZEITSCHRIFTENVERLAGE

### DIVERSIFIKATION UND INVESTITIONEN INS KERNGESCHÄFT

Deutschlands Zeitschriftenverleger setzen auf Diversifikation, den Ausbau ihrer Digitalformate und investieren gleichzeitig ins Kerngeschäft. 78% der Verlage bezeichnen neue Geschäftsfelder als wichtige Bausteine ihrer Unternehmensstrategie, 65% kündigen für die kommenden zwei Jahre steigende Investitionen in Diversifikationsprodukte an. Gleichzeitig plant über die Hälfte der Verlage, 2015 neue Titel auf den Markt zu bringen. Dies geht aus der Trend-Umfrage 2015 hervor, die der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger VDZ durchgeführt hat. Die in dieser Studie befragten Verlage repräsentieren mehr als zwei Drittel des Branchenumsatzes.

2014 beschäftigten die Zeitschriften-Verlage mehr als 60.000 Mitarbeiter und erzielten einen Umsatz von 15,1 Mrd. € und damit gegenüber dem Vorjahr eine leichte Steigerung von 1,7% auf 14,85 Mrd. €. Der VDZ-Trend-Umfrage zufolge rechnet die Branche 2015 im Digital-Geschäft mit einem Umsatz-Plus von 9%. Im sonstigen Geschäft erwarten die Verleger ein Wachstum von 12%. Hier werde vor allem der Bereich Corporate Publishing mit 23,7% deutlich zulegen. Bei Anzeigen und Vertrieb prognostizieren die Befragten für 2015 einen moderaten Rückgang von 2,4% beziehungsweise 1,9%. Die Frage nach den für das laufende Jahr kalkulierten Umsatz-Anteilen zeigt, dass das Print-Geschäft mit 64% nach wie vor die tragende Säule bildet. Die Branche erwirtschaftet mit dem Digital-Geschäft 16% des Gesamtumsatzes, mit dem sonstigen Geschäft 20%.

Die Verlagshäuser investieren nicht nur in Diversifikationsprodukte, sondern bauen zugleich ihr Print-Portfolio durch eine Vielzahl neu gegründeter Titel

aus. 2014 brachten die Verleger 133 Print-Magazine neu auf den Markt. In den ersten beiden Monaten dieses Jahres wurden bereits 16 Titel gelauncht. Ende Februar 2015 erreichte die Anzahl der mindestens quartalsweise erscheinenden Publikumszeitschriften mit 1.595 ein Allzeit-Hoch. Gegenüber dem Vorjahr hat darüber hinaus auch die Bedeutung der Zeitschriften in der Wirtschaftskommunikation weiter zugenommen. Wie die B2B-Entscheideranalyse 2014/15 der Deutschen Fachpresse ergab, investieren 38% der befragten Manager aktuell sogar mehr Zeit in die Fachmedien-Lektüre als noch vor zwei Jahren. Dabei wird fast eine flächendeckende Nutzungsquote erreicht. So sind Fachmedien (Print und Digital) für 94% der Entscheider wichtige Informationsquellen. Diese Relevanz spiegelt sich auch in der Umsatzentwicklung der Fachmedien wieder. Mit einem Gesamtumsatz von rund 3,3 Mrd. € und rund 1,5% Wachstum im Jahr 2014 setzt sich der Wachstumstrend nunmehr seit 2009 fort.

**15,1 MRD. EURO**  
ERWIRTSCHAFTETEN DEUTSCHE  
ZEITSCHRIFTEN-VERLAGE 2014.

**65,4%** ENTSPRECHEND  
9,88 MRD. EURO WURDEN MIT  
PRINT ERZIELT, 5,22 MRD. EURO  
MIT DIGITALEN ANGEBOTEN  
UND SONSTIGEM.

**60.000** MITARBEITER  
BESCHÄFTIGTEN DIE ZEIT-  
SCHRIFTEN-VERLAGE 2014.

RUND **264 MIO. EURO**  
GEBEN DIE DEUTSCHEN MONAT-  
LICH FÜR ZEITSCHRIFTEN AUS.

MIT **1.595** TITELN WURDE  
EIN ALLZEITHOCH BEI DEN  
MINDESTENS QUARTALSWEISE  
ERSCHEINENDEN PUBLIKUMS-  
ZEITSCHRIFTEN ERREICHT.

Quelle: Verband Deutscher Zeitschriftenverleger VDZ,  
März 2015.

# INPRINT

## INDUSTRIAL PRINT SHOW

DIE FACHMESSE FÜR INDUSTRIELLE  
DRUCKTECHNOLOGIE

[WWW.INPRINTSHOW.COM](http://WWW.INPRINTSHOW.COM)



SPEZIALDRUCK • SIEBDRUCK • DIGITALDRUCK  
INKJET-DRUCK • 3D-DRUCK

FUNKTIONALER UND DEKORATIVER  
DRUCK AUF METALL, KUNSTSTOFF,  
FOLIE, TEXTIL, GLAS, KERAMIK,  
HOLZ UND VERPACKUNGEN

**10.-12. NOV. 2015**  
**MESSE MÜNCHEN**

HALLE A6, EINGANG OST  
PARALLEL ZUR PRODUCTRONICA



#### PARTNER/SPONSOREN



VERANSTALTER: FM BROOKS, TEIL DER MACK BROOKS EXHIBITIONS GROUP