



So planen Fachmedien und Fachmediendienstleister für das Jahr 2011 (versus 2010)

Eine Online Umfrage auf

eMartin.net | **Fachmedien.net**

und

Hugo E. Martin on Media + Marketing

1. Entwicklung des Gesamtumsatzes des Unternehmens
2. Entwicklung des Vertriebsumsatzes mit Printprodukten
3. Entwicklung des Anzeigenumsatzes mit Printprodukten
4. Entwicklung des Onlineumsatzes (gesamt)
5. Entwicklung des Mobilumsatzes (gesamt)
6. Entwicklung des Online-/Mobil-Umsatzes mit Inhalten,
Digitalen Gütern, Apps + Dienstleistungen
7. Entwicklung des internationalen Geschäfts
8. Die Gewinn-/Profiterwartung für 2011 (vs. 2010)

Teilnehmer/Antworten: 64
Zeitraum: 26. Oktober - 15. November 2010

Kontakt via

Twitter	<i>hemartin</i>
Facebook	<i>emartin.net</i>
LinkedIn	<i>hemartin</i>
Xing	<i>HugoE_Martin</i>

So planen Fachmedien 2011

1. Gesamtumsatz des Unternehmens (vs. 2010)



Question 1 of 8



SURVEY

MORE

SHARE

So planen Fachmedien 2011

2. Entwicklung des Vertriebsumsatzes mit Printprodukten

plus, mehr als 10 %

13%

plus, mehr als 5 bis 10 %

6%

plus, bis 5 %

5%

in etwa gleichbleibend

41%

minus, bis 5 %

25%

minus, mehr als 5 bis 10 %

5%

minus, mehr als 10 %

5%

keine Ahnung / verrate ich nicht

2%



Question 2 of 8



SURVEY

MORE

SHARE

Quibblo

So planen Fachmedien 2011

3. Entwicklung des Anzeigenumsatzes mit Printprodukten



Question 3 of 8



SURVEY

MORE

SHARE

So planen Fachmedien 2011

4. Entwicklung des Onlineumsatzes (gesamt)



Question 4 of 8



SURVEY

MORE

SHARE

So planen Fachmedien 2011

5. Entwicklung des Mobilumsatzes (gesamt)



Question 5 of 8



SURVEY

MORE

SHARE

Quibblo

So planen Fachmedien 2011

6. Entwicklung Online-/Mobil-Umsatz mit Inhalten, Digital Goods, Apps + DL



Question 6 of 8



SURVEY

MORE

SHARE



So planen Fachmedien 2011

7. Entwicklung des internationalen Geschaefts



Question 7 of 8



SURVEY

MORE

SHARE

So planen Fachmedien 2011

8. Unsere Gewinn-/Profiterwartung (vs. 2010)

wird sich erheblich verbessern



wird sich etwas verbessern



wird in etwa gleichbleibend



wird sich etwas verschlechtern



wird sich erheblich verschlechtern



keine Ahnung / verrate ich nicht



Question 8 of 8



SURVEY

MORE

SHARE

Quibblo

Pressemitteilung 02.11.2009



Aktuelle Branchendaten der Deutschen Fachpresse: Fachverlage stabilisieren Kerngeschäft und bauen neue Geschäftsfelder aus

Die deutschen Fachverlage investieren in neue Geschäftsfelder und konzentrieren sich auf die Konsolidierung ihrer Anzeigen- und Vertriebsumsätze. Dabei blicken sie positiv in die Zukunft und erwarten zum Jahresende ein moderates Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr. Das sind die zentralen Ergebnisse der aktuellen Branchendatenumfrage des Verbands Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) und der Deutschen Fachpresse, die ihre Mitgliedsverlage zu den Einschätzungen zum laufenden und den Prognosen für das kommende Geschäftsjahr befragt hatten. Die Umfrage wird jährlich durchgeführt.

Während für das aktuelle Geschäftsjahr noch verhaltene Zuversicht dominiert, sind die Erwartungen für das kommende Jahr bereits optimistischer: Über die Hälfte der Befragten geht für 2011 von einer positiven Entwicklung der wirtschaftlichen Lage aus. Dazu richten sich die Fachmedienhäuser sowohl konsolidierend als auch zukunftsorientiert aus: Das Kerngeschäft aus Anzeigen- und Vertriebsumsätzen zu stabilisieren und digitale Geschäftsmodelle mit redaktionellem Content weiterzuentwickeln, sind laut Umfrage derzeit die wichtigsten Themen der Fachverlage. Dabei stehen für sie beim Ausbau digitaler Geschäftsfelder vorwiegend Onlineinhalte im Fokus, mobile Produkte wie iPhone- und iPad-Apps genießen dagegen derzeit keine Priorität.

Auch beim Auslandsengagement sind Fachverlage laut Umfrage eher zurückhaltend. Als attraktiv und wichtig wird jedoch der Ausbau sonstiger Geschäftsfelder wie Messen, Veranstaltungen und Publikationen eingestuft.

„Wir entnehmen den aktuellen Umfrageergebnissen, dass die Fachverlage nach wie vor mitten im strukturellen Umbruch sind“, so Karl-Heinz Bonny, Sprecher der Deutschen Fachpresse. „Einerseits gilt es, ertragsstarke Produkte nach der Konjunkturkrise zu stabilisieren und andererseits – mit Blick auf die Zukunftssicherung –, neue Geschäftsfelder zu erschließen.“

Pressemitteilung 2.11.2010

Zeitschriften-Verlage auf Erholungskurs Herbstumfrage auf der VDZ-Jahrespressekonferenz vorgestellt

Die deutschen Zeitschriftenverlage befinden sich auf Erholungskurs mit einem leichten Wachstum des Inlandsumsatzes von ungefähr einem Prozent in diesem Jahr auf 6,9 Mrd. Euro und der Erwartung von einem weiteren Prozentpunkt für das Jahr 2011 auf 7,0 Mrd. Euro. Damit ist die Branche noch weit entfernt vom Niveau des Jahres 2008 mit rund 7.6 Mrd. Euro Umsatz. Diese Ergebnisse der traditionellen VDZ-Herbstumfrage präsentierte heute VDZ-Hauptgeschäftsführer Wolfgang Fürstner auf der VDZ-Jahrespressekonferenz in Berlin.

Am Umsatz von 6,9 Mrd. Euro haben die Fachzeitschriften einen Anteil von etwas über 3,0 Mrd. Euro mit 1160 IVW-gemeldeten Titeln. Die Fachpresse ist mit den aktuellen Umsatzzahlen wieder auf Wachstumskurs. Bei der konfessionellen Presse bleibt der Gesamtumsatz von knapp 100 Mio. Euro von 40 Verlagen mit 50 Titeln auf Vorjahresniveau. Bei den Publikumszeitschriften gibt es insgesamt 870 IVW-gemeldete Titel. 129 wurden im Laufe des Jahres eingeführt und 120 eingestellt. Die Auflage bei den Publikumszeitschriften wird 2010 geringfügig um 0,9 Prozent auf knapp 114 Millionen sinken (Durchschnittswert aus dem Quartal Auflagenzahl aller Titel pro Ausgabe).

Das Anzeigengeschäft zieht allmählich an. Von Januar bis September dieses Jahres stiegen die Bruttowerbeumsätze für die Publikumszeitschriften um 4,0 Prozent über den Vorjahreszeitraum, für die Fachzeitschriften lag das Plus bei 1,3 Prozent. Derzeit tragen Anzeigen und Vertrieb mit gleichen Anteilen von jeweils 35 Prozent zum Umsatz bei. Die Verlage erwarten aber, dass beide Geschäftsteile in Summe im Jahr 2013 nur noch knapp 64 Prozent ausmachen werden. Am stärksten – wenn auch auf niedrigem Niveau – werden die „mobilen Dienste“ wachsen. Das online- und internetbasierte Geschäft, das heute schon acht Prozent ausmacht, wird auf einen Anteil von über elf Prozent ansteigen. Die Veränderungen bei Rubriken/Kleinanzeigen und den sonstigen Geschäftsfeldern sind unerheblich.

Die Anzahl der Beschäftigten aller Zeitschriftenverlage wird sich nach einem Rückgang von fast fünf Prozent in diesem Jahr auf 32.400 stabilisieren und im kommenden Jahr voraussichtlich um ein Prozent steigen.

Über diese konjunkturelle Verbesserung hinaus, so machte es Fürstner deutlich, seien die Zeitschriftenverlage deutlich besserer Stimmung als vor einem Jahr. Sie hätten eine Perspektive für ihre Rolle im Medienwandel und neue Instrumente entwickelt. Sie hätten Erfolge errungen – von Apps über elektronische Kioske wie Pubbles, neue Möglichkeiten im Direktvertrieb bis zu modernen journalistischen Formen. Fürstner machte aber auch den Erfolg mit alten und neuen Print-Titeln über „Landlust“ hinaus deutlich.

Der VDZ-Hauptgeschäftsführer betonte, dass sich die Zeitschriftenverlage im Wettbewerb gegen andere Anbieter als Medium der Entschleunigung, Orientierung und hervorragenden Zielgruppenansprache behaupten. Gegenüber den nicht verlegerischen Kommunikationsangeboten wüssten sie den Vorteil der professionellen und soliden redaktionellen Inhalte-Gewinnung auf ihrer Seite, und gegenüber dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk ihre Eigenschaft der Distanz und Staatsferne.

Pressemitteilung 2.11.2010

Zeitschriften-Verlage auf Erholungskurs Herbstumfrage auf der VDZ-Jahrespressekonferenz vorgestellt

Fortsetzung:

Zeitschriften, so Fürstner, „können ihre Leser über Papier, offenes Internet und andere digitale Plattformen erreichen und begeistern. Mit der zunehmenden Verlagerung der Leserschaft zu digitalen Endgeräten verschärft sich jedoch das Problem der strukturellen Unterfinanzierung der meisten Online-Angebote. Diese Herausforderungen an eine staatsunabhängige Finanzierung der technologieneutralen Presse verlangen Verlegern und Journalisten das Äußerste ab.“

Fürstner erklärte, dass die Anstrengungen der Verlage die Unterstützung der Politik verdienen, die rechtlichen Rahmenbedingungen der Presse nicht weiter zu verschlechtern. Sie müssen im Gegenteil sogar verbessert und der Realität der heutigen Presse angepasst werden.

Deswegen sei ein Leistungsschutzrecht für Presseverleger überfällig. Es genüge im digitalen Zeitalter nicht mehr, die Verlage nur auf die verstreuten und unterschiedlich abgeleiteten Rechte der Urheber zu verweisen. Die gemeinsame Leistung von Journalisten und Verlegern müsse angesichts millionenfacher unkontrollierter Vervielfältigungen durch Dritte wirksam geschützt werden können. Dass sich der BDI derartig gegen das Leistungsschutzrecht exponiert, widerspricht dessen eigener Forderung, geistiges Eigentum zu schützen und lassen an dem Grundverständnis des Spitzenverbandes der Unternehmer zweifeln.

Als weitere Anliegen nannte Fürstner den Erhalt der Werbefreiheit und der reduzierten Mehrwertsteuer, die auf die digitale Presse ausgedehnt werden müsste. Das Direktmarketing für Presseabonnements sei unverzichtbar für den Erhalt der Lesekultur und Zeitschriftenleserschaft. Der Schutz der Quellen der Presse sei unabdingbar. Deswegen sei das von der Bundesregierung auf den Weg gebrachte Pressefreiheitsgesetz ein Schritt in die richtige Richtung. Dieser genüge jedoch nicht, denn nach wie vor werde zwar Abgeordneten und nun auch Rechtsanwälten, nicht aber Journalisten und Redaktionen ein halbwegs praktikabler Schutz der Vertraulichkeit beruflicher Kommunikation eingeräumt. Denn allein gegenüber Journalisten und Redaktionen sei der Eingriff in die berufliche Kommunikation auch ohne jeden Vorwurf strafbarer Beteiligung möglich. Das gefährde die für jede freiheitliche Presse unverzichtbaren Quellen in Staat und Gesellschaft und bedürfe dringend der Korrektur.

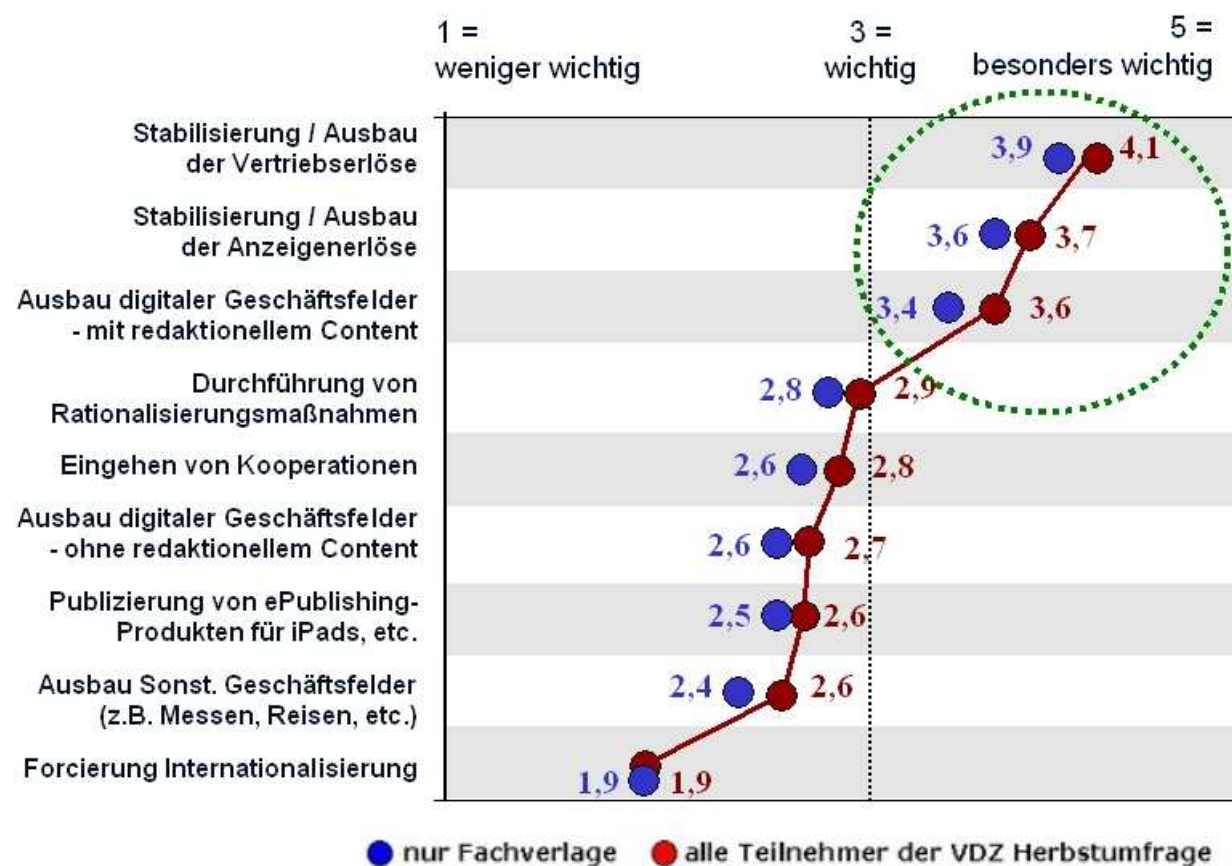
Er brachte ferner acht Thesen zum aktuellen und künftigen Verhältnis der öffentlich-rechtlichen und privaten Medien ein, um statt der „Scharmützel“ zu einer neuen Architektur zu finden. Er machte deutlich, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk sich nicht selbst begrenzen könne und Pressefreiheit und -vielfalt gefährdet seien. Das Verhältnis von privaten zu öffentlich-rechtlichen Medien brauche eine Neubestimmung. Die Politik werde ihrer Kontrollaufgabe bislang nicht gerecht.

Die Präsentation auf der Jahrespressekonferenz als PDF <http://bit.ly/VDZ-JPK-2010>

Aus der VDZ-Veröffentlichung und dem Deutsche Fachpresse 'Letter' 05/2010 haben wir folgende Gegenüberstellung konstruiert ...

siehe auch auf Hugo E. Martin on Media + Marketing

Welches sind die Top-Themen der Verlage in 2011? für alle Verlage (VDZ-Herbstumfrage) + für Fachverlage



(Update: 26. November 2010)

Gerne berate ich was man für den mittel- und langfristigen Erfolg machen könnte, machen sollte und unterstütze bei der Planung und Umsetzung ...