

WERBETRÄGER		12 Segment	
Anzahl			
Umsatz in Mio. EUR			
Umsatz in %			
1	2.228	813	37
2	1.438	441	25
3	3.114	388	13
4	2.897	264	10
5	2.900	408	14
6	2.393	394	17
7	986	350	35
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			
31			
32			
33			
34			
35			
36			
37			
38			
39			
40			
41			
42			
43			
44			
45			
46			
47			
48			
49			
50			
51			
52			
53			
54			
55			
56			
57			
58			
59			
60			
61			
62			
63			
64			
65			
66			
67			
68			
69			
70			
71			
72			
73			
74			
75			
76			
77			
78			
79			
80			
81			
82			
83			
84			
85			
86			
87			
88			
89			
90			
91			
92			
93			
94			
95			
96			
97			
98			
99			
100			

Die Fachpresse könnte 2011 deutlich zulegen.

## Fünf Prozent Plus für die Fachpresse erwartet

veröffentlicht am 25.01.2011 um 17:15 Uhr - Medien - Artikel

Die Werbeerlöse der Fachpresse dürften im laufenden Jahr um fünf Prozent zulegen. Das erwartet die Vertriebsunion Meynen. Gründe für die Prognosen des Verlagsdienstleisters aus Eltville sind die allgemein anziehende Konjunktur sowie diverse Markt- und Branchenerhebungen, daneben Erfahrungen sowie Gespräche mit

Anzeigenleitern. Meynen erhebt selbst regelmäßig eine Werbeträgerstatistik mit den Bruttoumsätzen von über 400 Fachzeitschriften in 56 Segmenten.

**Zu denken gibt**, dass 2011 weniger große Messen als im Vorjahr stattfinden – die großen Events sind Messen sind nach wie vor ein wichtiger Treiber für das Anzeigengeschäft der Fachpresse und werden zudem oft für Sonderpublikationen genutzt. So hat es im 2010 etwa die Kunststoffmesse „K“ oder die Bauindustriemesse „Bauma“ gegeben. Viele dieser weltweiten Leit-Events werden aber nur alle zwei bis drei Jahre ausgerichtet. Dennoch sind die Forscher optimistisch.

**Im vergangenen Jahr** haben die Bruttoumsätze der Fachpresse laut Meynen gegenüber dem Vorjahr um immerhin zwei Prozent zugelegt. Davor sind sie 2009 allerdings um fast ein Viertel eingebrochen. Somit liegen sie mit 609 Millionen Euro (2010) immer noch gut 150 Millionen Euro unter dem Niveau des Jahres 2008. Der Stand von 2008 dürfte auch nicht so rasch wieder erreicht werden, vermutet Meynen-Forscher Michael Rebelein. Immerhin weist aber 2010 über die Hälfte der derzeit ausgewerteten 56 Fachsegmente einen Bruttozuwachs aus. Offen bleibt natürlich generell, ob die für die Meynen-Erhebungen zugrunde liegenden Listenpreise auch immer voll bezahlt wurden.

**Als Fachpresse-Segment** mit dem höchsten Bruttozuwachs macht Meynen zuletzt den Bereich Schmuck und Uhren mit einem Plus von 27 Prozent aus. Hier ist aber auch die Zahl der Titel von vier auf fünf gestiegen. Zuwächse gibt es zudem bei den fünf Titeln zu Medizintechnik (+23 Prozent) und beim Küchenhandel (fünf Titel, +16 Prozent) zu melden. Das Segment Recht legt sogar trotz kleinerer Titelzahl (13 statt 14 Objekte) um 17 Prozent zu.

**Rückläufige Entwicklungen** beobachtet Meynen dagegen vor allem im Markt Computer/IT (-22 Prozent), daneben bei Messen, Steuern, Regeln (MSR) und Qualität (-17 Prozent), Chemie-Technologie sowie Sicherheitstechnik (jeweils -13 Prozent). Teilweise ist das Minus auch auf eingestellte Objekte zurückzuführen. Für 2010 zählt Meynen in seiner Statistik acht eingestellte Objekte. Dem stehen allerdings auch insgesamt über zwei Dutzend neu gelaunchte Objekte gegenüber, die allerdings (noch) nicht alle in der Meynen-Statistik ausgewertet werden. Besonders viel Dynamik macht Michael Rebelein im Markt Energieversorgung aus. Dort ist die Zahl der Objekte 2010 von 20 auf 22 gestiegen.

**Um künftig genauere** Trendaussagen zur Entwicklung der Fachmedienwerbung zu ermöglichen und eine Art Stimmungsbarometer zu haben, arbeitet Meynen ergänzend an einem neuen Index zum Werbeklima in der Fachpresse. Der Index könnte sogar Aussagen zu einzelnen Branchen erlauben. Gespräche laufen bereits, so Meynen-Forscher Michael Rebelein.