

# P R E S S E I N F O R M A T I O N

◆ » *Ressort:* Wirtschaft / Medien

3 Seiten

◆

## ◆ **Deutscher Fachverlag: Leser bleiben den Fachmedien treu**

◆ **Umsatz 2009: 123,00 Millionen Euro / Online-Angebote und  
Veranstaltungen sind neben Print die Wachstumsträger**

**Stabile Vertriebs Erlöse, weiter wachsende Onlineumsätze sowie  
erfolgreiche Veranstaltungs- und Kongresskonzepte haben das  
Geschäftsjahr 2009 des Deutschen Fachverlages (dfv) geprägt.  
Allerdings spürte auch die Frankfurter Verlagsgruppe bei  
einigen Titeln die Zurückhaltung der Anzeigenkunden, so dass  
für 2009 ein Gesamtumsatzminus von 9,4 Prozent auf 123,0  
Millionen Euro verbucht wurde.**

„Unser strategisches Kapital ist der Zugang zu Zielgruppen, und  
langfristig zählen vor allem die Inhalte“, betonte Klaus Kottmeier,  
Vorsitzender des Aufsichtsrats, anlässlich der Veröffentlichung der  
Umsatzzahlen 2009 der Frankfurter Verlagsgruppe. „Wir vertrauen auf  
die Kraft unserer anerkannten medialen Marken. Medienunternehmen,  
die unter starken Dachmarken qualitativ hochwertige Informationen über  
unterschiedliche Kanäle anbieten, werden weiter die Märkte gestalten  
können“, so Klaus Kottmeier. Die Verlagsgruppe will ihr Angebot nicht  
nur um neue Veranstaltungskonzepte und Produkte für neue  
Zielgruppen erweitern, sondern beschäftigt sich auch verstärkt und ganz  
konkret mit der Entwicklung neuer Medienformen.

Die **Anzeigenumsätze** der Verlagsgruppe lagen mit 76,2 Millionen Euro  
unter dem Niveau des Vorjahres (91,0 Millionen Euro). Trotz des  
Umsatzminus konnten fast alle Objekte der Verlagsgruppe im Jahr 2009  
Marktanteile hinzugewinnen. Das Vertriebsgeschäft blieb mit circa  
25 Prozent Anteil am Gesamtumsatz stabil, das zeigt, dass die Leser  
den Fachmedien des dfv auch oder gerade in wirtschaftlich schwierigen  
Zeiten weiter vertrauen und diese zur beruflichen Orientierung jetzt  
besonders benötigen. Insgesamt schreibt die Verlagsgruppe auch für  
2009 schwarze Zahlen. Für 2010 wird eine Stabilisierung des Geschäfts  
erwartet.

2009 wurde nachhaltig investiert, vor allem im Online- und Veranstaltungsbereich sowie Corporate Media. Der Ausbau des Kongress- und des Veranstaltungsangebots hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr überaus positiv entwickelt. Mit **Veranstaltungen, Kongressen und Seminaren** erzielte der dfv 2009 einen Umsatz von 8,8 Millionen Euro (Vorjahr: 5,9 Millionen Euro), das entspricht einem Plus von 49,2 Prozent.

Der Deutsche Fachverlag hatte 2008 seine Veranstaltungskompetenz in der neu gegründeten Beteiligungsgesellschaft **The Conference Group GmbH (TCG)** konzentriert. Die TCG veranstaltet unter anderem Top-Events für den Handel, die Konsumgüterwirtschaft sowie die Kommunikationsbranche. Für 2010 sind etwa 50 Veranstaltungen geplant, die Zukunfts- bzw. Trendthemen großer Branchen aufgreifen.

Ein herausragendes Beispiel einer branchenspezifischen Plattform für ein Business-Netzwerk ist der **Deutsche Hotelkongress mit der HotelExpo**, der von der Allgemeinen Hotel- und Gastronomie-Zeitung (Matthaes Verlag, Stuttgart) und der TCG zum dritten Mal veranstaltet wurde. Dies ist ein Beleg für die Veranstaltungskompetenz der Verlagsgruppe, die durch die fachliche Kompetenz und das Branchen-Know-how der jeweiligen Fachmedien erfolgreich gestützt wird.

Die mehr als **60 Online-Angebote sowie zahlreiche B2B-Communities** sind für die Verlagsgruppe weiterhin ein solider Wachstumsträger. Der Gesamtumsatz der Online-Angebote konnte 2009 auf 6,0 Millionen Euro (plus 11,1 Prozent) gesteigert werden. Der Deckungsbeitrag des Internet-Geschäftes liegt trotz anhaltend hoher Investitionstätigkeit auf einem guten Niveau.

Als sehr stabile Erlösquelle im Online-Bereich erweisen sich die bezahlten Abonnements bei den Onlineangeboten von Lebensmittel Zeitung (LZnet) und TextilWirtschaft (TextilWirtschaft.de). Während andere Medienhäuser über Pläne für Bezahlangebote im Internet erst nachdenken, hat der Deutsche Fachverlag diese bereits seit Jahren umgesetzt. Zuwächse sind auch bei den **Online-Jobbörsen** zu verzeichnen. Da sich der Stellenmarkt zu einem großen Teil ins Internet verlagert hat, wird Wert darauf gelegt, den von der Verlagsgruppe betreuten Branchen professionelle Online-Jobbörsen anzubieten, die komfortable Serviceelemente enthalten.

Im **Ranking der umsatzstärksten Fachzeitschriften** in Deutschland (nach Bruttowerbeumsatz) ist der Deutsche Fachverlag wiederum als einziger Verlag mit drei Titeln (Lebensmittel Zeitung, TextilWirtschaft, HORIZONT) in der TOP-10-Liste platziert. Unter den TOP-25-Titeln nimmt der dfv mit fünf Zeitschriften weiterhin einen Spitzenplatz ein.

Beim **Auslandsgeschäft** machten sich 2009 die konjunkturellen Rahmenbedingungen bemerkbar. Der Umsatz sank auf 23,4 Millionen Euro (minus 15,8 Prozent). Mit einem Umsatz von 10,2 Millionen Euro ist der Manstein Zeitschriftenverlag in Österreich die größte Tochtergesellschaft im Ausland.

---

*Die **Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag**, Frankfurt am Main, beschäftigt in Deutschland sowie in zahlreichen Tochtergesellschaften im Ausland 835 Mitarbeiter. Mit mehr als 90 Fachmedien, mehr als 60 Online-Angeboten sowie zahlreichen B2B-Communities, einer großen Zahl von Fachbuchtiteln und einem Umsatz von 123,0 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2009 gehört die Verlagsgruppe zu den größten konzernunabhängigen Fachmedienunternehmen in Deutschland und Europa.*

**Gesellschafter:** Andreas Lorch, Catrin Lorch, Anette Lorch, Britta Lorch

**Aufsichtsrat:** Klaus Kottmeier (Vorsitzender), Andreas Lorch, Catrin Lorch, Peter Ruß

**Geschäftsführung:** Peter Kley, Holger Knapp, Sönke Reimers

**Bereichs-  
geschäftsführer:** Peter Esser, Florian Fischer, Markus Gotta

**Kontakt:** Birgit Clemens, dfv Unternehmenskommunikation  
Telefon 069 7595-2051, Fax 069 7595-2055  
E-Mail [Birgit.Clemens@dfv.de](mailto:Birgit.Clemens@dfv.de)

1. August 2010