

◆
◆
◆ **Deutscher Fachverlag (dfv)**

◆ **Solides Umsatzplus für 2011 erwartet**

◆ **Anzeigengeschäft deutlich positiv / Digitale Angebote mit stärkstem Wachstum /**
◆ **Prognose 2012: Stabile Umsatzentwicklung**

Frankfurt, 01. Dezember 2011. Die Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag (dfv) mit Sitz in Frankfurt am Main erwartet für das Geschäftsjahr 2011 ein solides Plus: Verglichen mit dem Vorjahr wird der dfv, der zu den größten konzernunabhängigen Fachmedienunternehmen in Europa gehört, seinen Umsatz um rund 5,1 Millionen Euro bzw. vier Prozent auf insgesamt 133,3 Millionen Euro steigern. Wesentlicher Umsatztreiber ist das Geschäft in Deutschland, das voraussichtlich 4,6 Prozent über dem Vorjahresniveau liegt. Auch die ausländischen Töchter und Beteiligungen tragen mit einem leichten Plus zu dem positiven Ergebnis bei. Dies gaben Aufsichtsrat und Geschäftsführung bekannt.

„Der dfv setzt auf inhaltliche Qualität, Nähe zu seinen Zielgruppen, Digitalisierung und professionelle Markenführung. Unsere Geschäftszahlen zeigen: Das ist der richtige Weg“, so Klaus Kottmeier, Vorsitzender des dfv-Aufsichtsrates. „Dazu kommt das im Jahresverlauf 2011 überwiegend positive Wirtschafts- und Konsumklima, das insbesondere für unser Anzeigengeschäft ein wichtiger Faktor ist“, ergänzt er.

So liegen die Anzeigenumsätze der gesamten Gruppe in der vorläufigen Bilanz mit 82,4 Millionen Euro sieben Prozent über dem Ergebnis des Vorjahres. Das Vertriebsgeschäft erweist sich mit rund 23 Prozent Anteil am Gesamtumsatz als stabile Säule. „Unsere 90 Printmedien, allen voran die vier Flaggschiffe Lebensmittel Zeitung, TextilWirtschaft, HORIZONT und AHGZ – Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung, bleiben entscheidende Umsatz- und Ergebnisträger des dfv. Als moderne Medienmarken verstehen sie es exzellent, ihr Informationsangebot über die verschiedenen Kanäle zu vermitteln: gedruckt, digital sowie face-to-face bei Branchenevents. Dies ist die Basis für ihren Erfolg in einer sich stark verändernden Medienlandschaft“, so Kottmeier.

Rund 90 digitale Angebote zählen aktuell zum dfv-Portfolio. Bereits heute zeichnet sich klar ab, dass dieser Bereich im laufenden Jahr mit einem Plus von 20 Prozent auf 8,4 Millionen Euro das größte Umsatzwachstum realisieren wird. Insbesondere

die bezahlten Online-Abonnements der Lebensmittel Zeitung und der TextilWirtschaft trugen zu diesem starken Ergebnis bei.

Die zehn Ende 2010 bzw. im Verlauf von 2011 von der Verlagsgruppe gelaunchten Apps für mobile Endgeräte stießen sowohl bei den Lesern als auch bei den Werbekunden auf eine positive Resonanz. Auch die Online-Jobbörsen können 2011 weiter zulegen: Sie steigern ihren Umsatz nach vorläufiger Hochrechnung um rund 20 Prozent auf 2,3 Millionen Euro.

Ein zunehmend wichtiger Geschäftsbereich sind auch die Veranstaltungen, Kongresse und Seminare. Mit diesem Segment erzielt der dfv 2011, so das vorläufige Ergebnis, einen Umsatz von rund 11,7 Millionen Euro. Dies entspricht einer Steigerung von fünf Prozent verglichen mit dem Vorjahr. Der Löwenanteil geht hier auf die Beteiligungsgesellschaft „The Conference Group GmbH“ zurück, die im laufenden Jahr rund 70 Branchenevents veranstaltet.

Ausblick 2012

Der dfv ist mit einem gut sortierten Portfolio breit aufgestellt. Er liefert Fachinformationen für mehr als zehn wichtige Branchen, investiert in Zukunftstechnologien und in den weiteren Ausbau seines publizistischen Angebotes. Vor diesem Hintergrund prognostizieren Aufsichtsrat und Geschäftsführung des dfv für 2012 – trotz einer voraussichtlich schwächeren Gesamtwirtschaft – eine stabile Umsatzentwicklung. Die Erschließung neuer Geschäftsfelder durch Neugründungen oder Beteiligungen ist weiterhin fest im Fokus.

Kontakt:

Brita Westerholz, Leitung dfv-Unternehmenskommunikation
Telefon: 069 7595-2061
E-Mail: brita.westerholz@dfv.de
www.dfv.de

*Die **Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag (dfv)** mit Sitz in Frankfurt am Main gehört zu den größten konzernunabhängigen Fachmedienunternehmen in Deutschland und Europa. Mit seinen Tochtergesellschaften publiziert der dfv rund 90 Zeitschriften, viele davon unangefochtene Marktführer in den jeweiligen Branchen. Das Portfolio des dfv wird von über 90 digitalen Angeboten sowie zahlreichen B2B-Communities und einer großen Zahl von Fachbuchtiteln ergänzt. Seminare, Kongresse, Messen sowie Symposien runden das Verlagsprogramm ab. Der dfv beschäftigt 890 Mitarbeiter im In- und Ausland und wird 2011 nach vorläufigen Angaben einen Umsatz von 133,3 Millionen Euro erzielen.*