



VDZ-Jahrespressekonferenz 2011

Wolfgang Fürstner

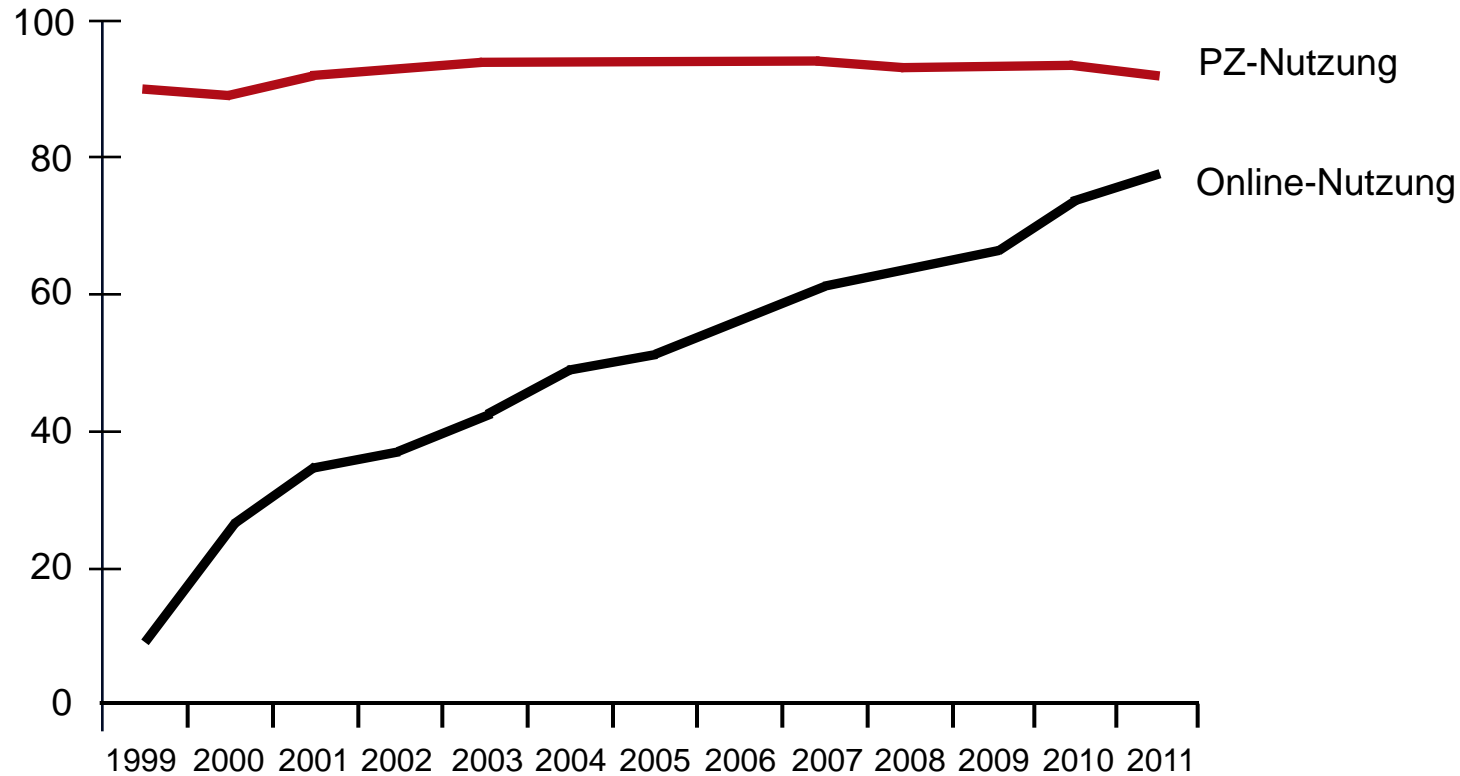
Hauptgeschäftsführer VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger

Berlin, 03. November 2011

Die Zeitschriftennutzung ist auf hohem Niveau stabil.

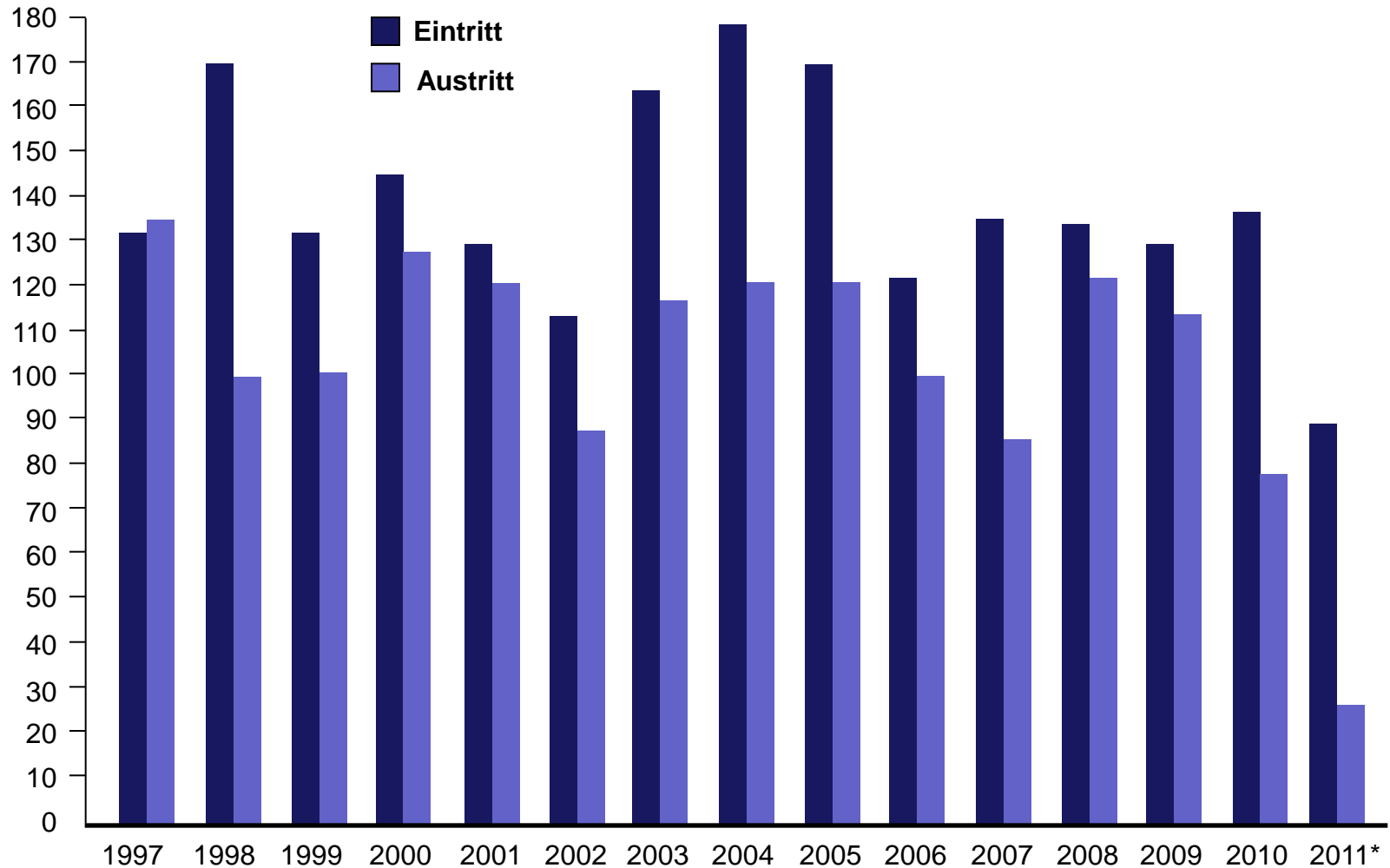
Nutzung von Print und Online

Angaben in Prozent



Quelle: CN 15.0; Basis Gesamtbevölkerung 14 – 69 Jahre, PZ-Nutzer: Personen, die an einem normalen Werktag zumindest bis zu einer halben Stunde Zeitschriften lesen, Online-Nutzer: Personen, die das Internet für private und/oder berufliche Zwecke nutzen

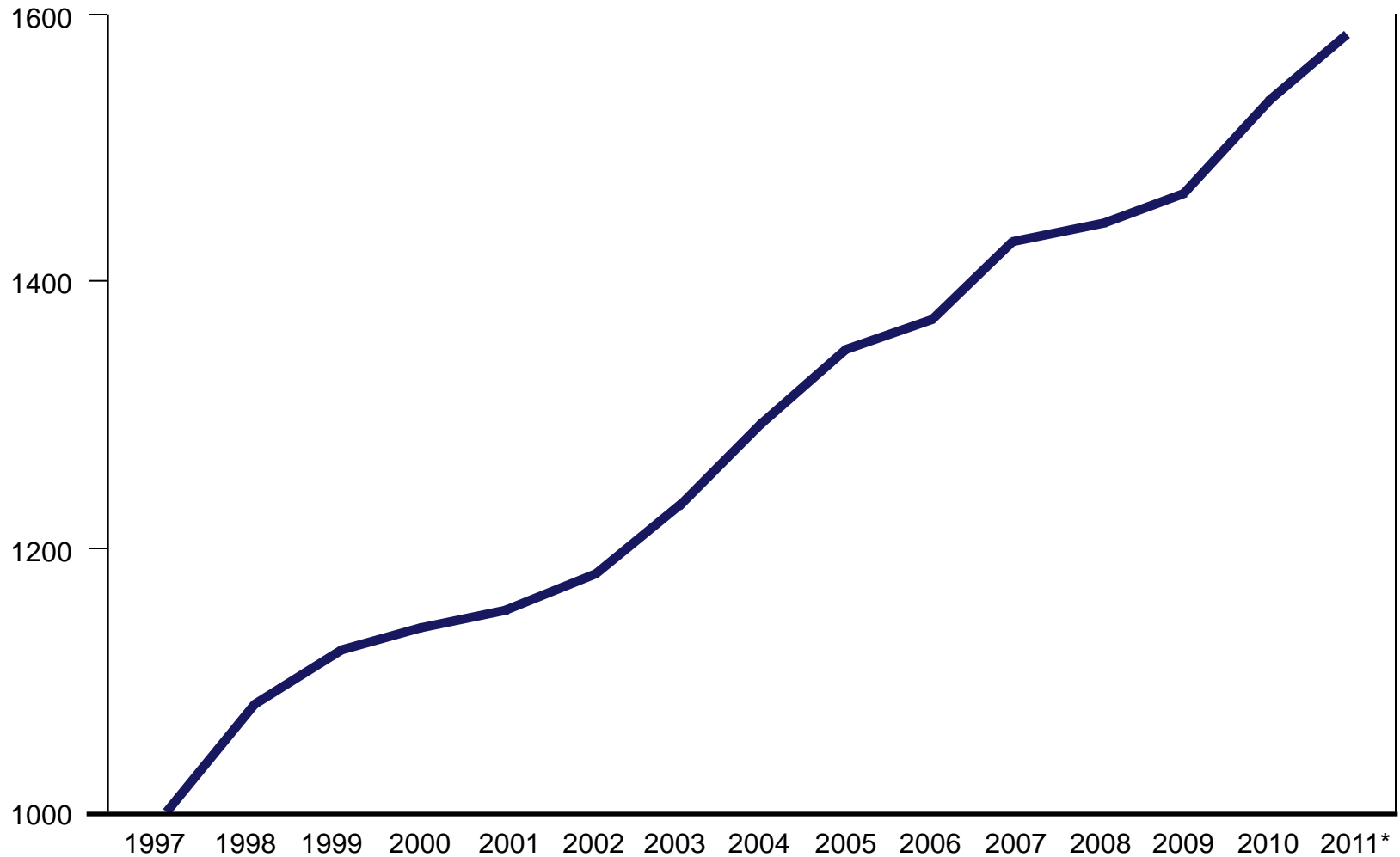
Eintritte und Austritte von Publikumszeitschriften



Quelle: WIP Köln, www.presseforschung.de

*„nur“ 1-9/2011

Bestand Publikumszeitschriften



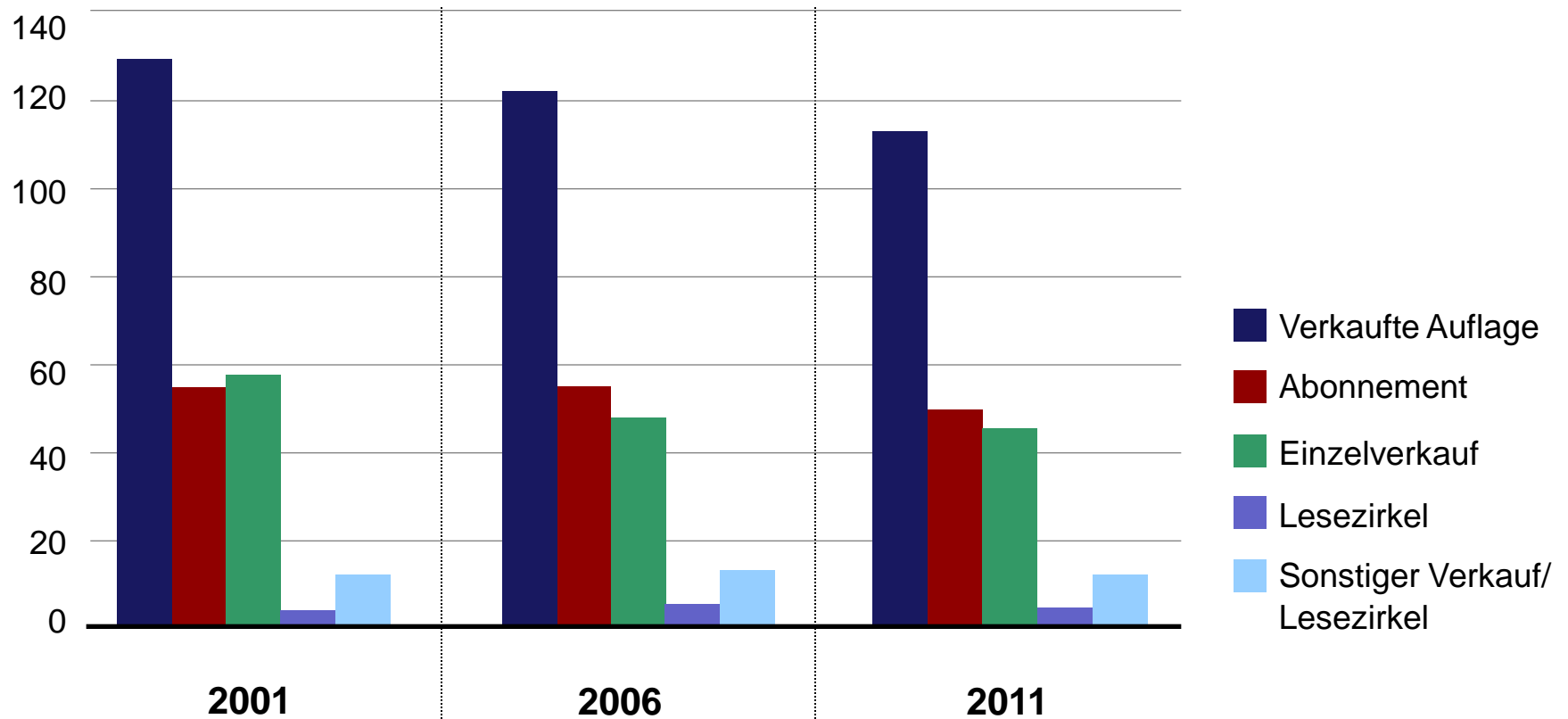
Quelle: WIP Köln, www.presseforschung.de

*01/2011-9/2011

Ansteigende Tendenz im 3. Quartal

Trends im Pressevertrieb

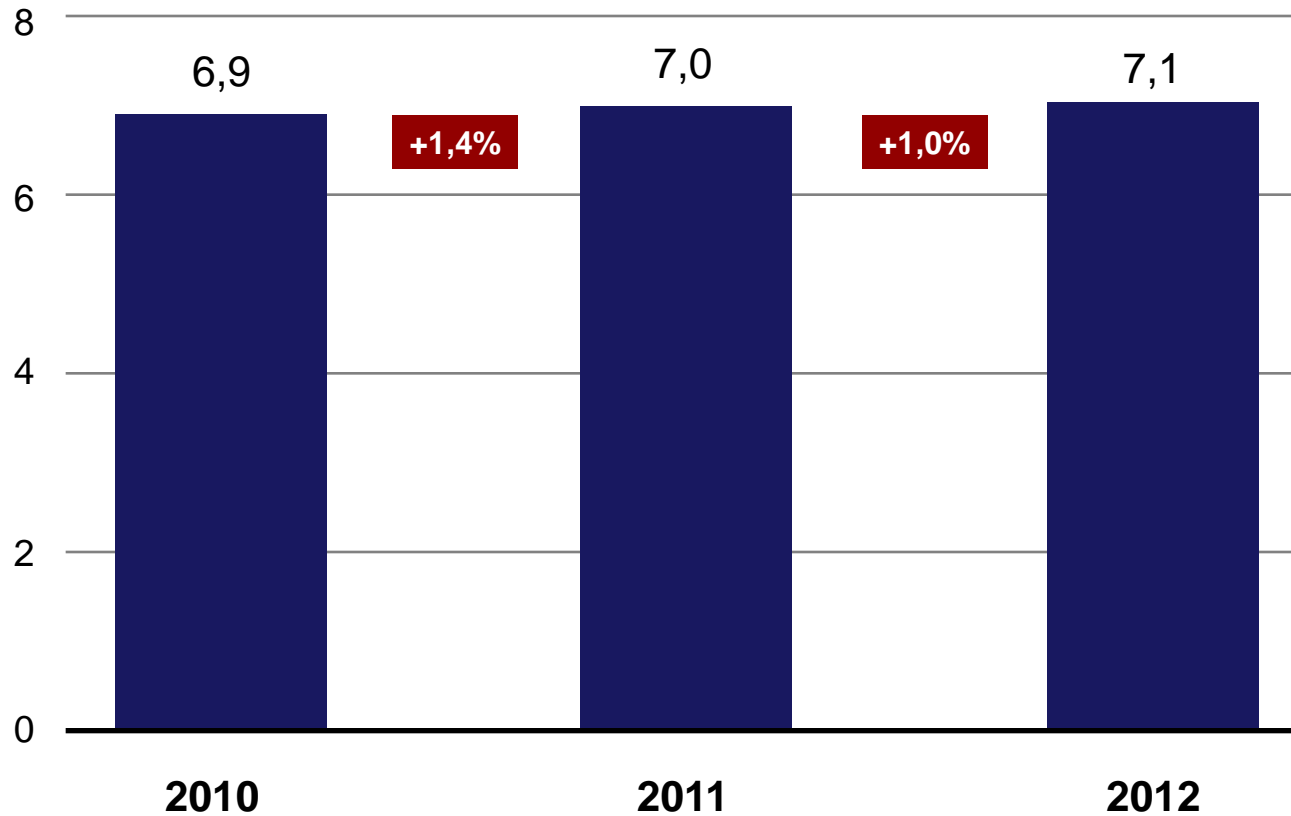
Alle IVW Publikumszeitschriften (in Mio)



Quelle: IVW, alle Publikumszeitschriften

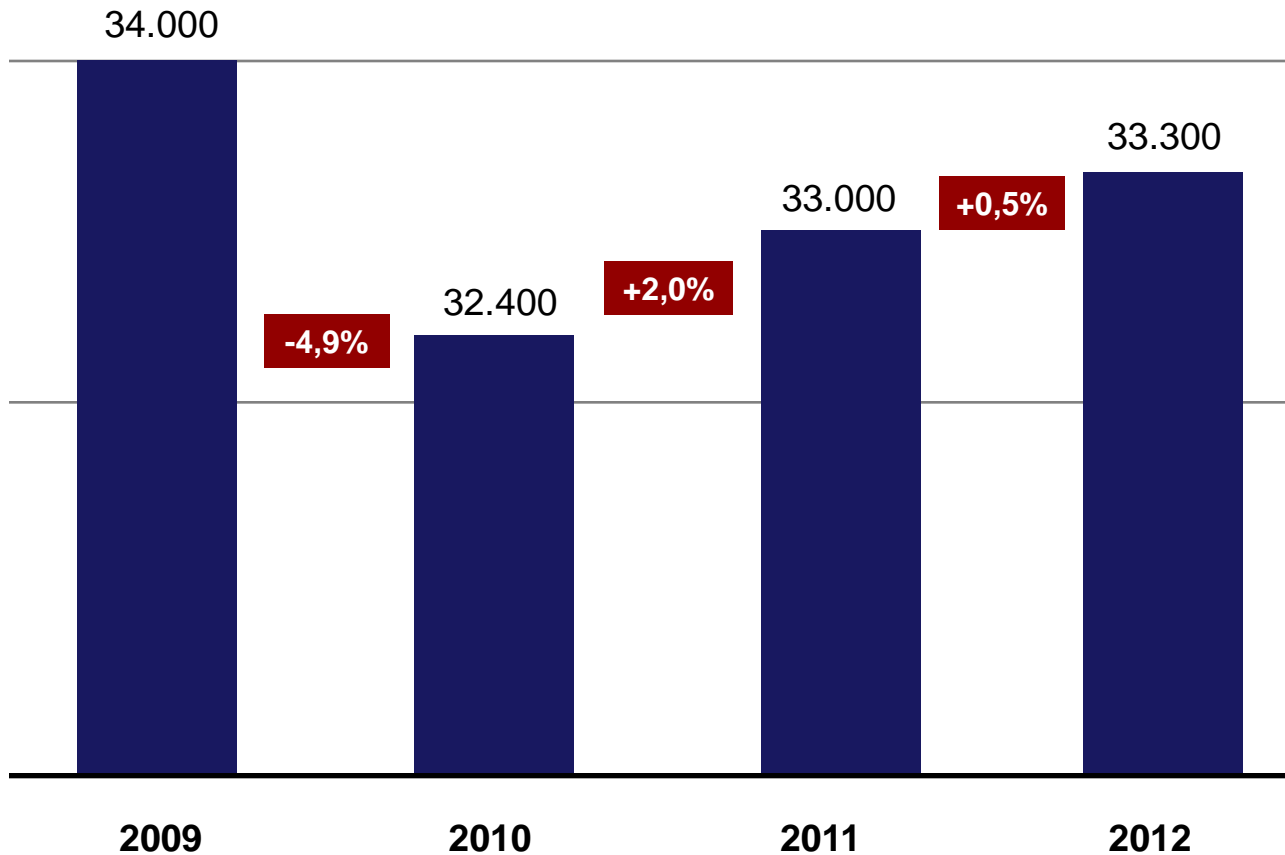
Umsatz der Zeitschriftenverlage in Deutschland

In Mrd.



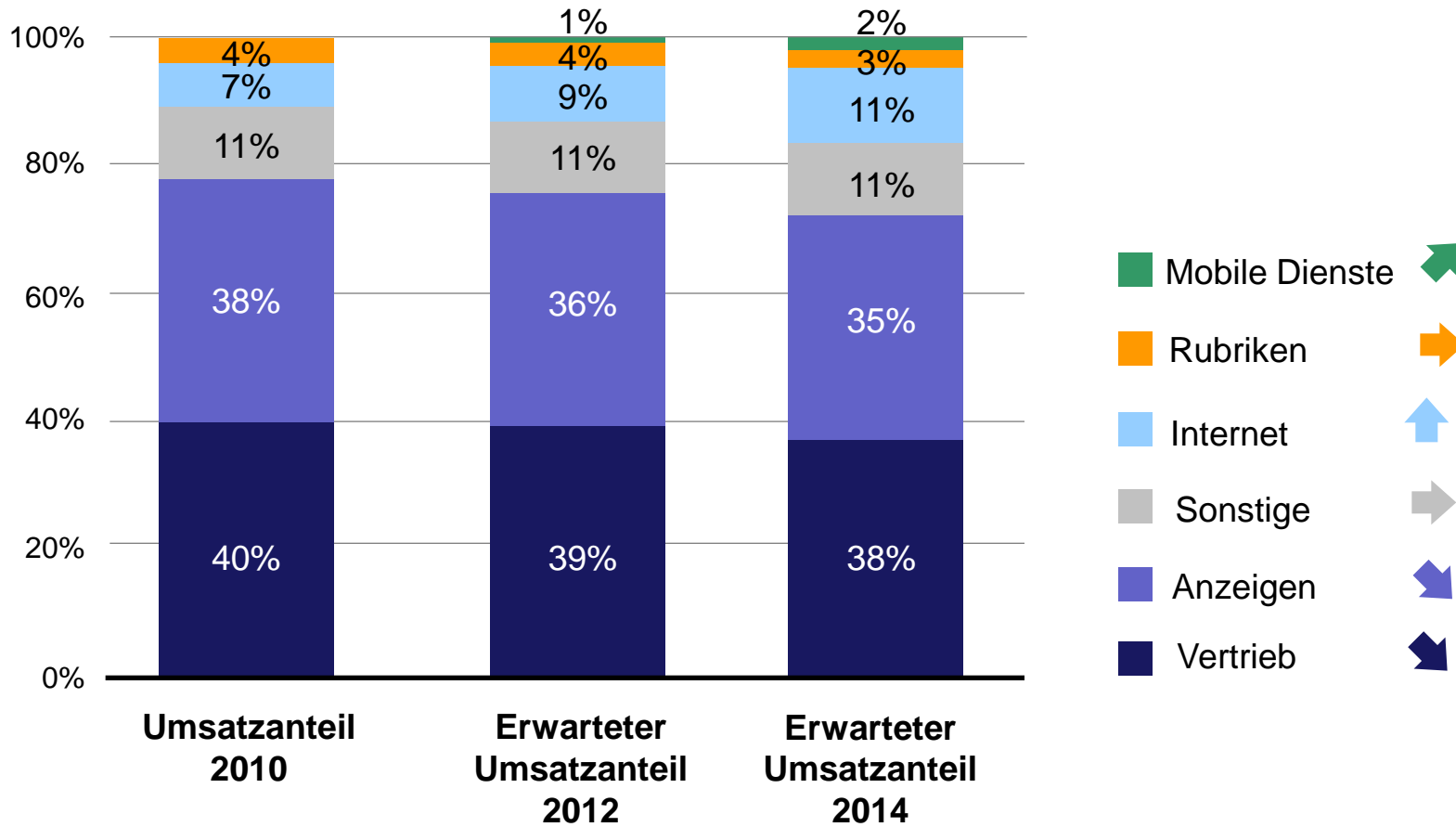
Quelle: VDZ Herbstumfrage 2011

Anzahl der Mitarbeiter in Deutschland



Quelle: VDZ Herbstumfrage 2011

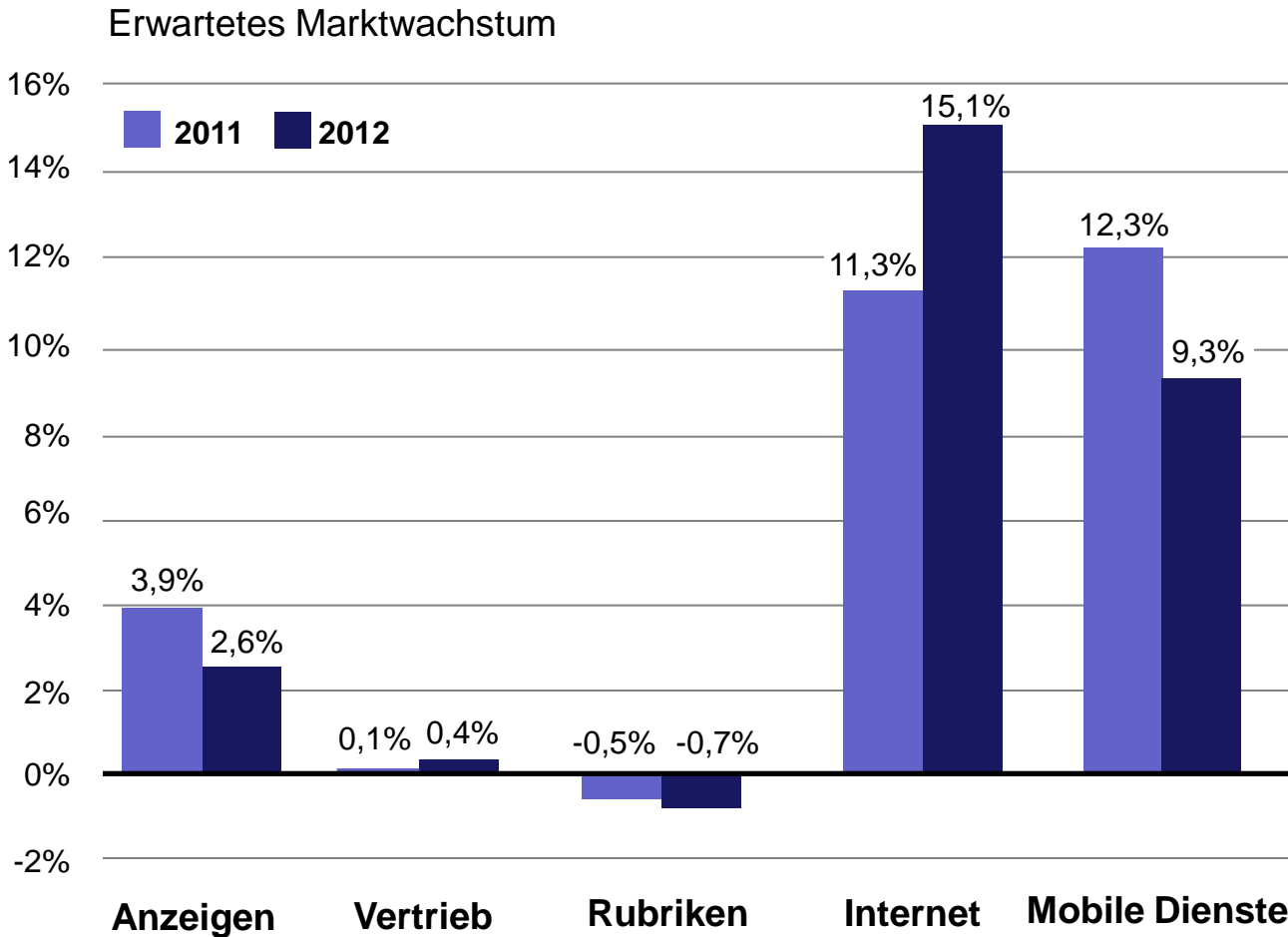
Umsatzstruktur



Quelle: VDZ-KPMG-Studie: „Zusammen mehr erreichen – Kooperationsstrategien im Verlagswesen“

Markteinschätzung – alle Verlagsgattungen

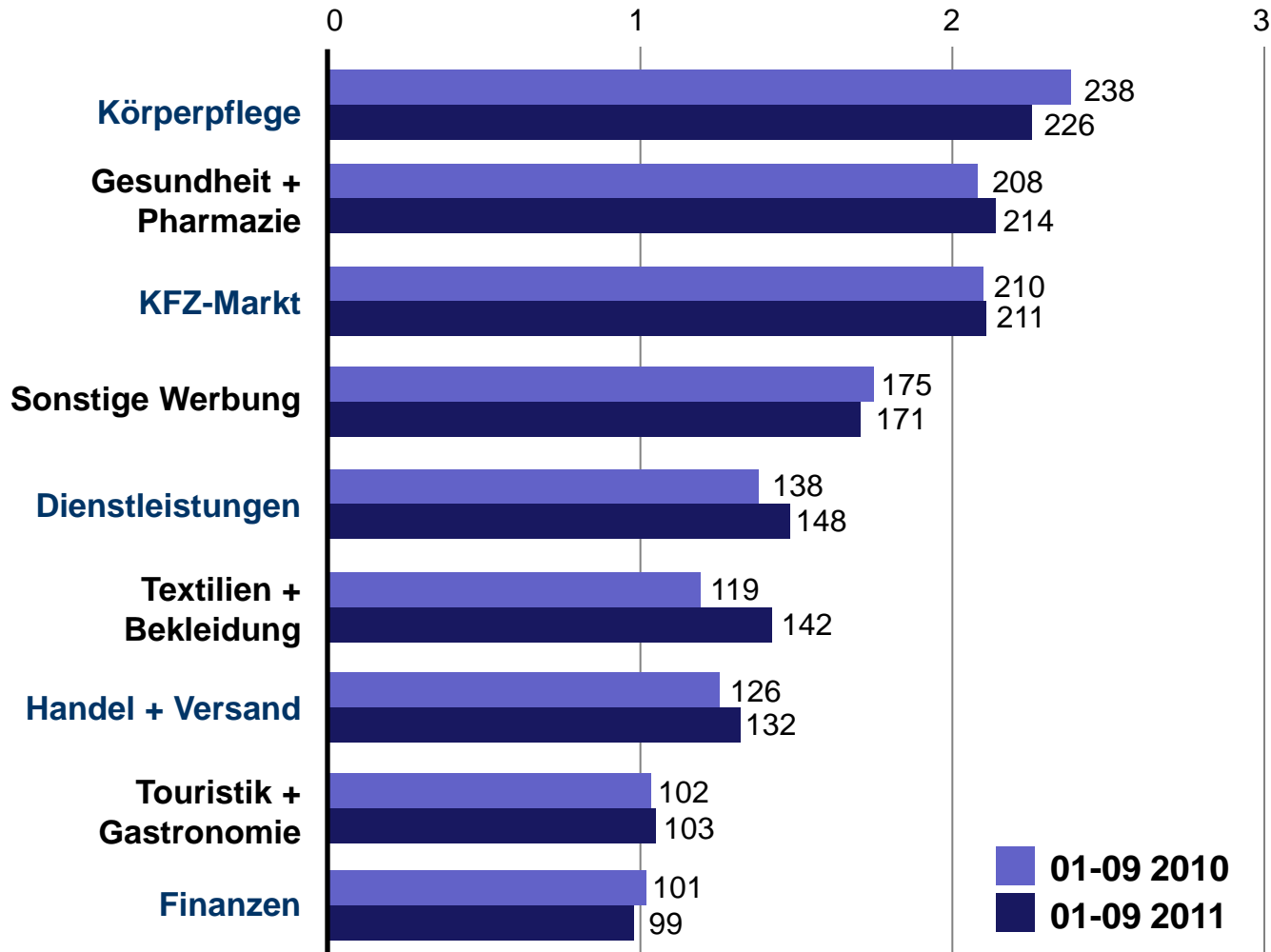
Mit welcher Marktentwicklung rechnen Sie für die Jahre 2011 und 2012?



Quelle: VDZ-KPMG-Studie: „Zusammen mehr erreichen – Kooperationsstrategien im Verlagswesen“

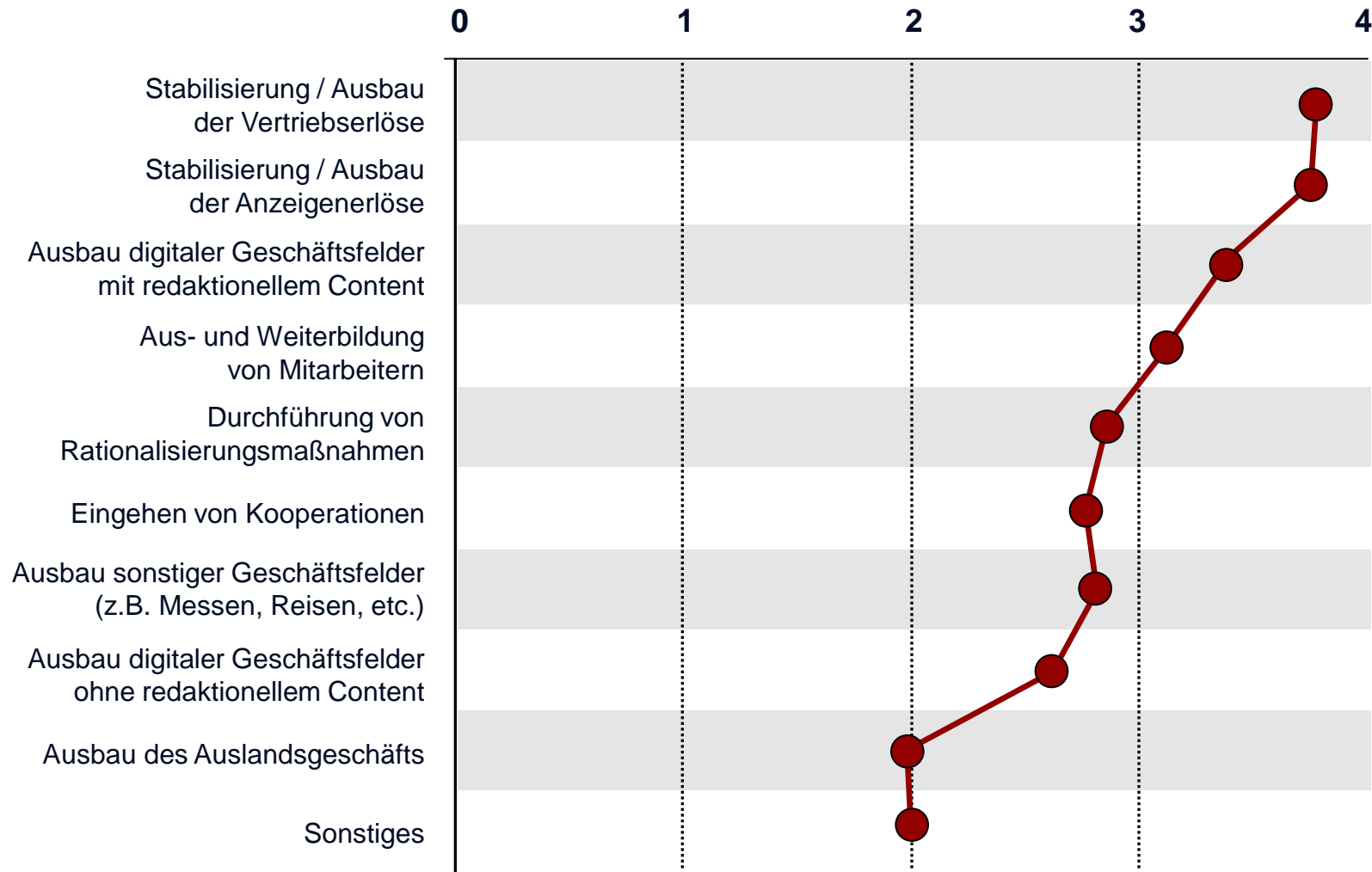
Anzeigenmarkt

Die werbeintensivsten Branchen in PZ nach Brutto-Werbeumsatz (in Mio)



Quelle: Nielsen Media Research; Werbetrend Mediasplit

Top-Themen 2012



Quelle: VDZ Herbstumfrage 2011



VDZ-Jahrespressekonferenz 2011

Wolfgang Fürstner

Hauptgeschäftsführer VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger

Berlin, 03. November 2011



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Wolfgang Fürstner

Hauptgeschäftsführer VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger