



**Bundesverband
Digitalpublisher und
Zeitungsverleger**

PRESSEMITTEILUNG

Branchenbericht 2021: So kamen die deutschen Zeitungen durchs Pandemie-Jahr

Berlin, 26. Juli 2021

Wie hat sich die wirtschaftliche Situation der Digitalpublisher und Zeitungen in Deutschland im Pandemie-Jahr 2020 entwickelt? Wie lief es im Vertrieb und wie im Anzeigengeschäft? Antworten auf diese und weitere Fragen bietet der heute veröffentlichte „Beitrag zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen“ von Dieter Keller (Text) und Christian Eggert (Statistik). Die Publikation steht ab sofort online auf der Website des Bundesverbands Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) zur Verfügung.

Mit einem Schlag beendete die Corona-Pandemie im März 2020 den mehr als ein Jahrzehnt währenden Wirtschaftsaufschwung in Deutschland. Sie führte zu einer der schwersten Rezessionen der Nachkriegszeit. Und so waren und sind die Folgen der Pandemie journalistisch und wirtschaftlich für die Zeitungsverlage eine große Herausforderung.

Publizistisch war 2020 durchaus ein erfolgreiches Jahr: Die Zeitungen konnten mehr als drei Millionen zusätzliche Leserinnen und Leser pro Woche gewinnen. Fast 60 Millionen Deutsche ab 14 Jahren lesen regelmäßig die gedruckte Zeitung oder nutzen mindestens wöchentlich ein digitales Zeitungsangebot. Der Zugewinn gelang mit digitalen Nachrichten-Produkten, die 63 Prozent wöchentlich nutzen, während 56 Prozent regelmäßig die gedruckte Zeitung lesen.

Umsätze: Stabiler Vertrieb gleicht Anzeigenverluste teilweise aus

Zugleich zog die Pandemie-bedingte Rezession die Zeitungsunternehmen in erster Linie bei den Anzeigen- und Werbeerlösen in Mitleidenschaft: Sie gingen um 16,9 Prozent auf 1,82 Milliarden Euro zurück und steuerten 2020 nur noch 26 Prozent zu den Einnahmen bei. Dagegen erhöhten sich die Vertriebsumsätze um 4,1 Prozent auf 5,17 Milliarden Euro. Der Gesamtumsatz erreichte damit 6,99 Milliarden Euro, 2,3 Prozent weniger als 2019.

Digitale Angebote steuern ein Zehntel zum Umsatz bei

Mit digitalen Angeboten erzielten die Zeitungsverlage 2020 gut zehn Prozent ihrer Umsätze. Insgesamt kamen die Zeitungsverlage auf Digital-Erlöse von 785 Millionen Euro. Davon entfiel knapp ein Drittel (248 Millionen Euro) auf die Vertriebsumsätze mit E-Paper. Insgesamt überstieg die verkaufte E-Paper-Auflage dank eines Zuwachses von 20,8 Prozent erstmals die Zwei-Millionen-Grenze – und hat sich damit innerhalb von vier Jahren verdoppelt.

Bei den zusätzlichen Umsätzen in Höhe von 537 Millionen Euro machten digitale Zeitungsangebote rund 83 Prozent aus, der Rest kommt aus davon unabhängigen Aktivitäten wie Rubrikenportale und Web-Dienstleistungen.

Lesen Sie den gesamten Bericht auf der BDZV-Homepage (<https://www.bdzv.de/alle-themen/marktdaten/zur-wirtschaftlichen-lage-der-deutschen-zeitungen-2021>). Dort steht der Beitrag auch als [PDF \(samt Tabellen\) zum Download](#) bereit.

Aktuelle Auflagenzahlen:

In Deutschland werden 2021 erscheinungstäglich 15,43 Millionen Print-Exemplare verkauft (Q II/2021). Das sind 12,28 Millionen Tageszeitungen, 1,53 Millionen Sonntagszeitungen und 1,62 Millionen Wochenzeitungen. Der deutsche Zeitungsmarkt ist damit der größte in Europa und der fünftgrößte der Welt.

Der Beitrag

Der Beitrag zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen erschien bis zur Einstellung der Publikation 2019 im BDZV-Jahrbuch „Zeitungen“. Seither wird der Bericht online zur Verfügung gestellt.

Die Autoren

Dr. Dieter Keller ist Wirtschaftspolitischer Korrespondent der „Südwest Presse“ (Ulm) in Berlin. Seit 1995 verfasst er im Auftrag des BDZV jedes Jahr den Beitrag zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen.

Christian Eggert ist Leiter Verlagswirtschaft beim BDZV und hier unter anderem verantwortlich für die jährliche Umsatzerhebung.

Kontakt: BDZV, Hans Hendrik Falk, PR-Redakteur, Telefon 030/726298-233, E-Mail falk@bdzv.de
BDZV, Anja Pasquay, Pressesprecherin, Telefon 030/726298-214, E-Mail pasquay@bdzv.de

Folgen Sie uns auf Twitter [@BdzvPresse](#) und Instagram [bdzv.de](#)