



**Bundesverband
Digitalpublisher und
Zeitungsverleger**

PRESSEMITTEILUNG

Zeitungen erzielen wachsende Umsätze im Digitalen – Printmarkt weiter unter Druck BDZV-Branchenbericht zur wirtschaftlichen Situation der Zeitungen

Berlin, 1. September 2023

Wie hat sich die wirtschaftliche Situation der Digitalpublisher und Zeitungen in Deutschland im Jahr der „Zeitenwende“ 2022 entwickelt? Wie lief es im Vertrieb und wie im Anzeigengeschäft? Antworten auf diese und weitere Fragen bietet der heute vom Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) veröffentlichte „Beitrag zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen 2023“. Die Publikation steht ab sofort auf der Website des BDZV zur Verfügung.

Die Zeitungsverlage bauen ihre digitalen Angebote immer weiter aus - und das mit zunehmendem wirtschaftlichem Erfolg. 2022 machten sie damit zum zweiten Mal mehr als eine Milliarde Euro Umsatz: Sie gewannen fast 15 Prozent auf 1,17 Milliarden Euro. Doch noch reicht dies bei den meisten Häusern nicht aus, um die Umsatzrückgänge im Printgeschäft bei den Lesern wie auf dem Anzeigenmarkt auszugleichen. Die Auswirkungen des Krieges in der Ukraine mit hohen Energiekosten und steigender Inflation bekamen die Verlage stark zu spüren. Auch 2023 bleibt wirtschaftlich herausfordernd.

Die Umsätze: Krisenjahr zeigt seine Wirkung – Anzeigen besonders betroffen

In ihrem Stammgeschäft konnten die Zeitungsverlage ihre Umsätze 2022 nicht ganz halten. Mit 6,83 Milliarden Euro setzten sie gut zwei Prozent weniger um als 2021. Das Anzeigengeschäft schrumpfte um knapp sechs Prozent auf 1,79 Milliarden Euro. Im Gegensatz zu früheren Jahren glücken das die Vertriebsumsätze nicht ganz aus: Sie nahmen geringfügig um 0,9 Prozent auf 5,04 Milliarden Euro ab.

Zudem sorgten explodierende Preise auf zahlreichen Gebieten im Jahr 2022 für einen hohen Kostendruck: Zeitungsdruckpapier war zeitweise mehr als doppelt so teuer wie im Jahr zuvor. Zudem hatten die Verlage massive Probleme, überhaupt die benötigten Papiermengen zu beschaffen. Die Papierpreise schlugen sich deutlich in der Kostenstruktur nieder: Der Anteil der Papierbeschaffung an den gesamten Kosten stieg 2022 auf 7,3 Prozent.

Digitalgeschäft der Verlage legt weiter deutlich zu

Erfolgreicher läuft es für die Unternehmen im Digitalen: Nachdem die Zeitungen 2021 mit ihren digitalen Angeboten erstmal mehr als eine Milliarde Euro umgesetzt hatten, konnten sie 2022 daran anknüpfen und die Erlöse sogar noch steigern. Insgesamt gewannen die Verlage bei den digitalen Umsätzen rund 15 Prozent im Vergleich zum Vorjahr hinzu und erzielten 1,17 Milliarden Euro. Mit E-Papern nahmen die

Verlage 414 Millionen Euro ein, ein Plus von 13 Prozent. Noch stärker stiegen die übrigen digitalen Umsätze, nämlich um fast 16 Prozent auf 759 Millionen Euro.

Am erfolgreichsten sind im digitalen Geschäft die überregionalen Zeitungen, die inzwischen fast die Hälfte ihres Umsatzes mit Angeboten außerhalb von Print machen. Auch die Kaufzeitungen fahren mit einem Drittel überdurchschnittlich viel auf dem digitalen Markt ein. Bei den Regionalzeitungen machten die Digitalerlöse zehn Prozent des Gesamtumsatzes von 5,97 Milliarden Euro aus. Im Jahr zuvor war es noch gut ein Prozentpunkt weniger.

Aufgrund dieser Erfolge starteten die Zeitungsverleger in das Jahr 2023 mit der Erwartung, mittelfristig die Print-Rückgänge durch steigende Digitalerlöse kompensieren zu können. Die Mehrzahl der Verlage hofft, ab 2026 einen Ausgleich zu erreichen. Das ergab die jährliche „Trendstudie“ des BDZV mit der Unternehmensberatung Schickler (Hamburg). Zugleich bleiben die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen weiter schwierig, sodass die Unternehmen für 2023 zunächst mit einer Kostensteigerung von fünf Prozent rechnen, wobei besonders hohe Zusatzbelastungen bei Energie- sowie bei Distributions- und Zustellkosten befürchtet werden.

Trotz des wachsenden Kostendrucks behauptet sich die gedruckte Zeitung auch auf dem Lesermarkt: In Deutschland werden erscheinungstäglich 13,47 Millionen Print-Exemplare verkauft (Q II/2023). Davon sind 10,92 Millionen Tageszeitungen, 1,63 Millionen Wochenzeitungen und 0,93 Millionen Sonntagszeitungen.

Lesen Sie den gesamten Bericht auf der BDZV-Homepage (<https://www.bdzv.de/alle-themen/marktdaten/zur-wirtschaftlichen-lage-der-deutschen-zeitungen-2023>). Dort steht der Beitrag auch als PDF (inklusive Tabellen) zum Download bereit.

Die Autoren des Berichts zur wirtschaftlichen Lage der Zeitungen:

Dr. Dieter Keller war bis zu seinem Ruhestand im Sommer 2022 wirtschaftspolitischer Korrespondent der „Südwest Presse“ (Ulm) in Berlin, seitdem ist er im Ruhestand. 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.

Kontakte:

Christian Eggert, Leiter Verlagswirtschaft, Telefon 030/726298-221, E-Mail eggert@bdzv.de

Tim Ende, Verantwortlicher Redakteur, Telefon 030/726298-233, E-Mail ende@bdzv.de

Folgen Sie uns auf Twitter [@BdzvPresse](https://twitter.com/BdzvPresse), Instagram [bdzv.de](https://www.instagram.com/bdzv.de) und [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/bdzv)