

Kosten- und Erlösstruktur im Print am Beispiel von Abonnementzeitungen

Friedrich-Schiller-Universität Jena
Institut für Kommunikationswissenschaften
Seminar: Medienwirtschaft 2
Dozent: Felix Sattelberger, M.A.
Referenten: Mimi Gummin,
Nicole Brühl, Lara Brückner

Gliederung

1. Einführung

- Definitionen
- Fakten

2. Kosten- und Erlösstruktur von Abozeitungen

2.1 Kostenstruktur

2.2 Erlösstruktur

3. Vergleich mit privatem und öffentlich-rechtlichem Rundfunk

3.1 Kostenstruktur

3.2 Ertragsstruktur

1. Einführung - Definitionen

Zeitungen

- alle periodischen Veröffentlichungen
- berichten in ihrem redaktionellen Teil kontinuierlich über aktuelle Geschehnisse
- Thematisch nicht auf bestimmte Stoff- oder Lebensgebiete beschränkt
- Man unterscheidet verschiedene Zeitungsarten:

1. Einführung - Definitionen

nach Vertrieb:

- Kaufzeitungen
- Abonnementzeitungen
- Bordexemplare

nach Inhalten/ Verbreitungsgebiet:

- Lokale und regionale Zeitungen
- Überregionale Zeitungen

nach Erscheinungsweise:

- Wochenzeitungen
- Tageszeitungen
- Sonntagzeitungen

nach Preis:

- Kauf- /Abozeitungen
- Gratiszeitungen

1. Einführung - Definitionen

Abonnementzeitungen

- Zeitungen, die im Gegensatz zur Kaufzeitung vorwiegend im Abonnement bezogen werden bzw. nur im Abonnement bezogen werden können
- ca. 95% aller Zeitungen sind Abozeitungen
- Wichtigste Vertriebsform für lokale und regionale Tageszeitungen

1. Einführung - Fakten

- Deutscher Zeitungsmarkt → größter Zeitungsmarkt Europas
- 347 verschiedene Tageszeitungen (2010)
- Gesamtauflage der Zeitungen: 24,78 Mio.

1. Einführung - Fakten

- Zeitungen 2010 auf einen Blick

Zeitungen	Anzahl	Auflage
Lokale und regionale Abonnementzeitungen	329	13,75 Mio.
Überregionale Zeitungen	10	1,59 Mio.
Straßenverkaufszeitungen	8	4,10 Mio.
Tageszeitungen gesamt	347	19,44 Mio.
Wochenzeitungen ²	26	1,97 Mio.
Sonntagszeitungen ³	6	3,38 Mio.
Gesamtauflage der Zeitungen		24,78 Mio.
Zeitungsausgaben insgesamt	1.509	
Publizistische Einheiten	132	

Auf je 1.000 Einwohner über 14 Jahre kommen in Deutschland 275 Tageszeitungsexemplare.

Quelle: BDZV

2. Kosten- und Erlösstruktur

- Kosten und Erlöse auf Leser- und Werbemarkt
 - **Lesermarkt:**
 - Einsparung an Transaktionskosten im Informationsbezug
 - Vielfalt der Themen und Gegenstände, Hintergrundinformationen und Erklärung, Serviceangebot, Unterhaltung
 - Leser-Blatt-Bindung, Titeltreue → Festhalten der Abonnenten an einmal gewähltem Titel
 - **Werbemarkt:**
 - Guter räumlicher Zielgruppenbezug (Regionalisierbarkeit)
 - Basismedium für den lokalen und regionalen Einzelhandel sowie für Familien-, Immobilien- und Stellenanzeigen

2. Kosten- und Erlösstruktur

- Märkte der Zeitungen entwickelten sich seit 1995 sehr unterschiedlich:
 - **Vertriebseinnahmen stiegen** bis 2008 um 30%
→ ähnlich dem Wirtschaftswachstum
 - **Anzeigeneinnahmen fielen** um fast 21%
→ noch 1999 galt die Regel: Leser steuern 1/3 zu Erlösen bei, Werbung 2/3;
2008: Verhältnis Werbe- zu Vertriebserlösen entspricht 53,8 zu 46,2

2. Kosten- und Erlösstruktur

- Ökonomische **Vorteile der Verbundproduktion** von redaktionellem Text und Anzeigen
→ wertmäßiger Niederschlag in der Umsatzstruktur (Verhältnis von Umsatz aus Anzeigen und Umsatz aus Vertrieb)

2. Kosten- und Erlösstruktur

- Durchschnittliche Kosten- und Erlösstrukturen als Vergleichsmaßstab zur Bewertung der Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens
- Kosten- und Erlösrechnung als Teil des internen Rechnungswesens
- BDZV (Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger) gliedert Kostenstrukturen nach betrieblichen Funktionsbereichen

2. Kosten- und Erlösstruktur

Kosten	Erlöse
<i>Herstellung</i> (Vorlagen, Fortdruck, Papier)	<i>Anzeige</i> (Werbeerlöse von Fremdanzeigen)
<i>Redaktion</i> (Kernbelegschaft, freie Mitarbeiter, Bildrechte, Nachrichtenagenturen)	<i>Vertrieb</i>
<i>Vertrieb</i> (Kernbelegschaft, Postzeitungsdienst)	<i>Fremdbeilagen</i>
<i>Anzeigen</i> (Kernbelegschaft, Werbekosten)	
<i>Verwaltung</i>	

Quelle: eigene Darstellung nach BDZV

2. Kosten- und Erlösstruktur

- CAGR der Kosten- und Erlösarten 1999-2010

Kosten	CAGR
Herstellung	-3,07%
Redaktion	1,49%
Vertrieb	1,58%
Anzeigen	1,49%
Verwaltung	0,68%

Erlöse	CAGR
Anzeigen	-2,30%
Vertrieb	3,08%
Fremdbeilagen	-2,64%

2.1 Kostenstruktur

- Fixe und variable Kosten bei der Zeitungsproduktion:

Fix:

- Personal
- Fremdproduktion
- Mieten/Pachten/
Steuern
- Abschreibungen/
Zinsen/Werbung

Variabel:

- Material
- Vertrieb
- Fremdreparaturen

2.1 Kostenstruktur

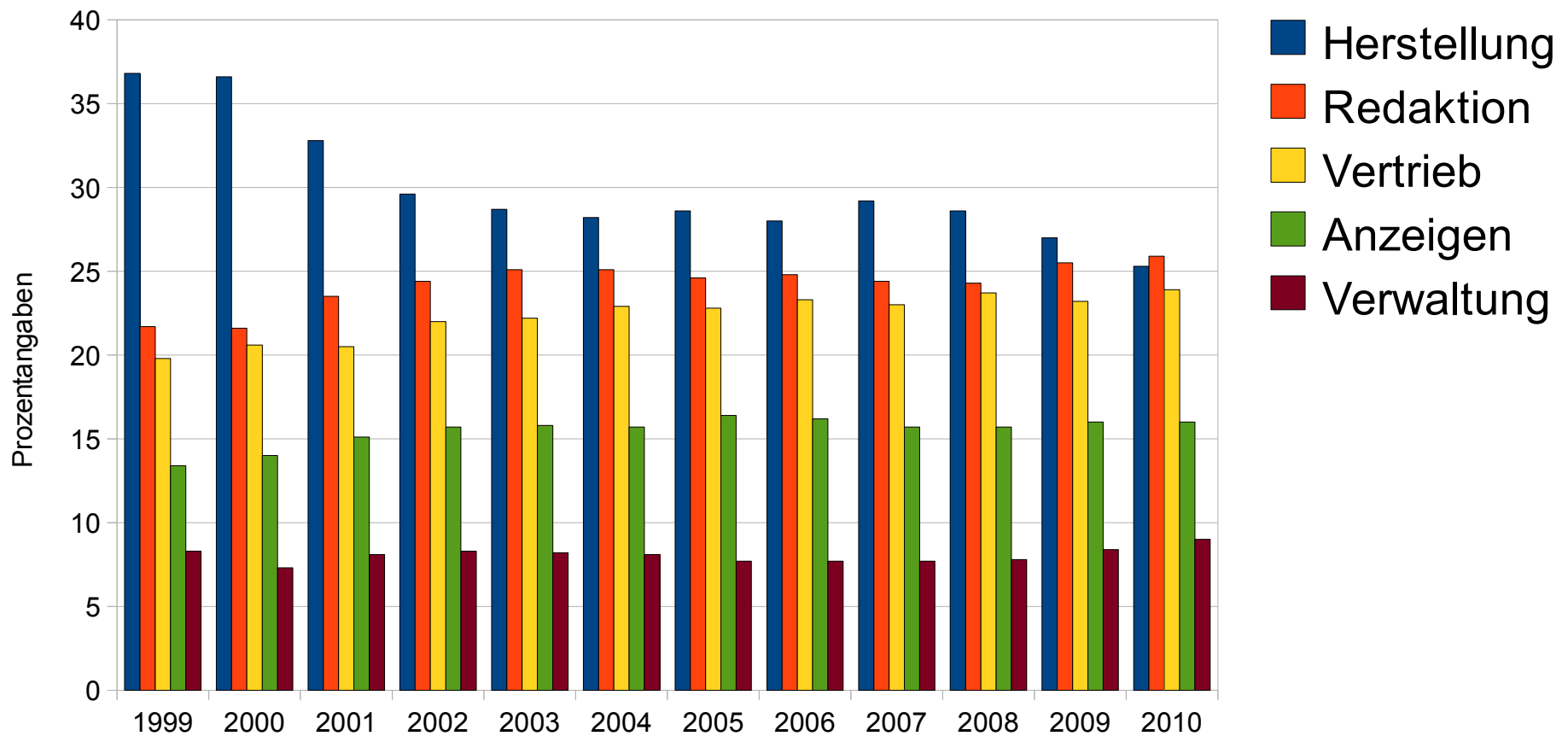
- Fixkostendegression

- Umsatzanteile: Fixkosten (insbesondere Personalkosten) rund 50%, variable Kosten ca. 1/3
- Rest: sonstige Kosten

→ Monopolisierungstendenzen, da Alleinanbieter größte Fixkostendegression und damit Möglichkeit zum günstigsten Angebot

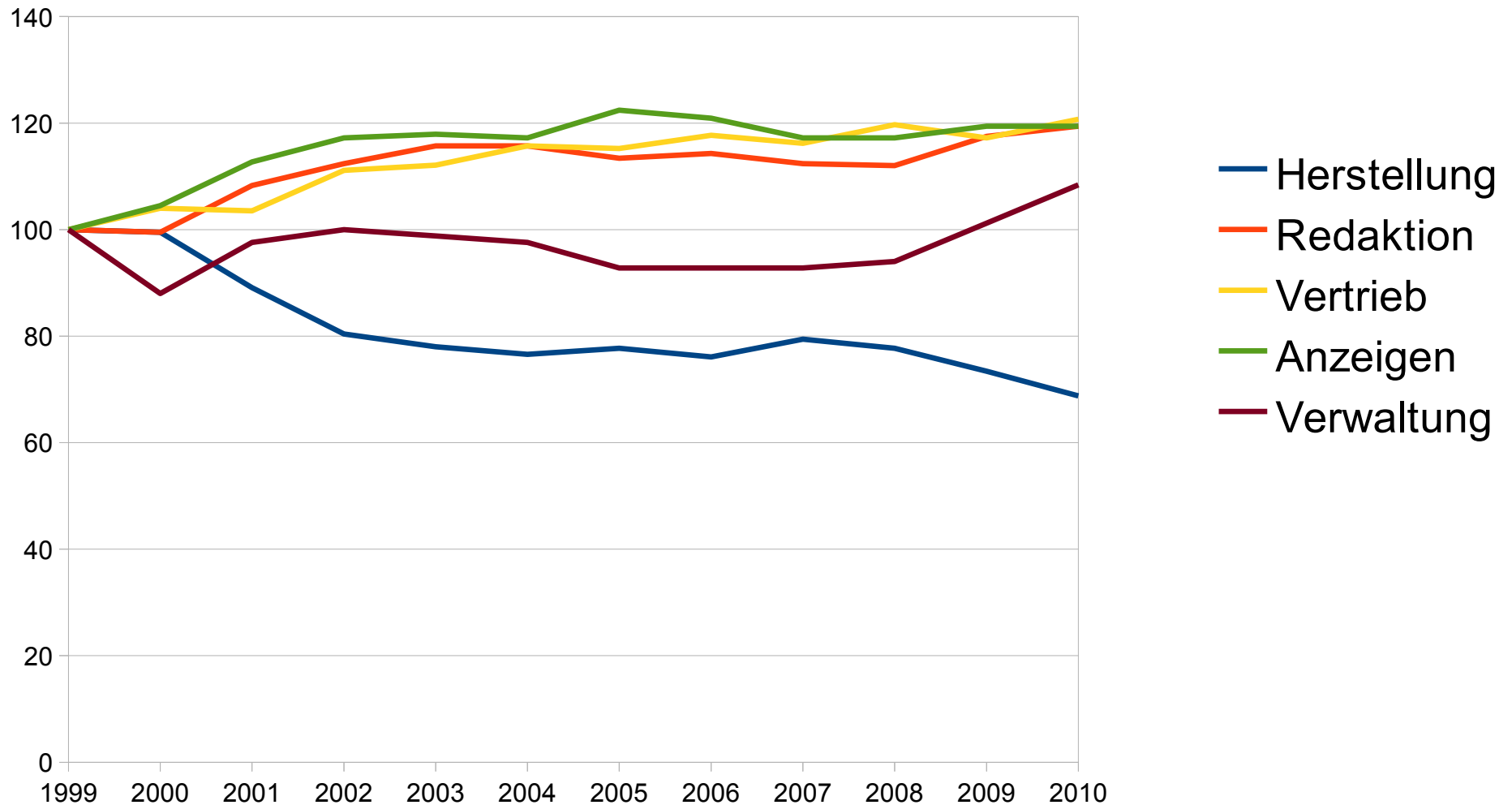
2.1 Kostenstruktur

Kostenstruktur: Durchschnittswerte der Abonnementzeitungen in Westdeutschland in Prozent



2.1 Kostenstruktur

Kostenstruktur: Durchschnittswerte der Abonnementzeitungen in Westdeutschland (Indexwerte)

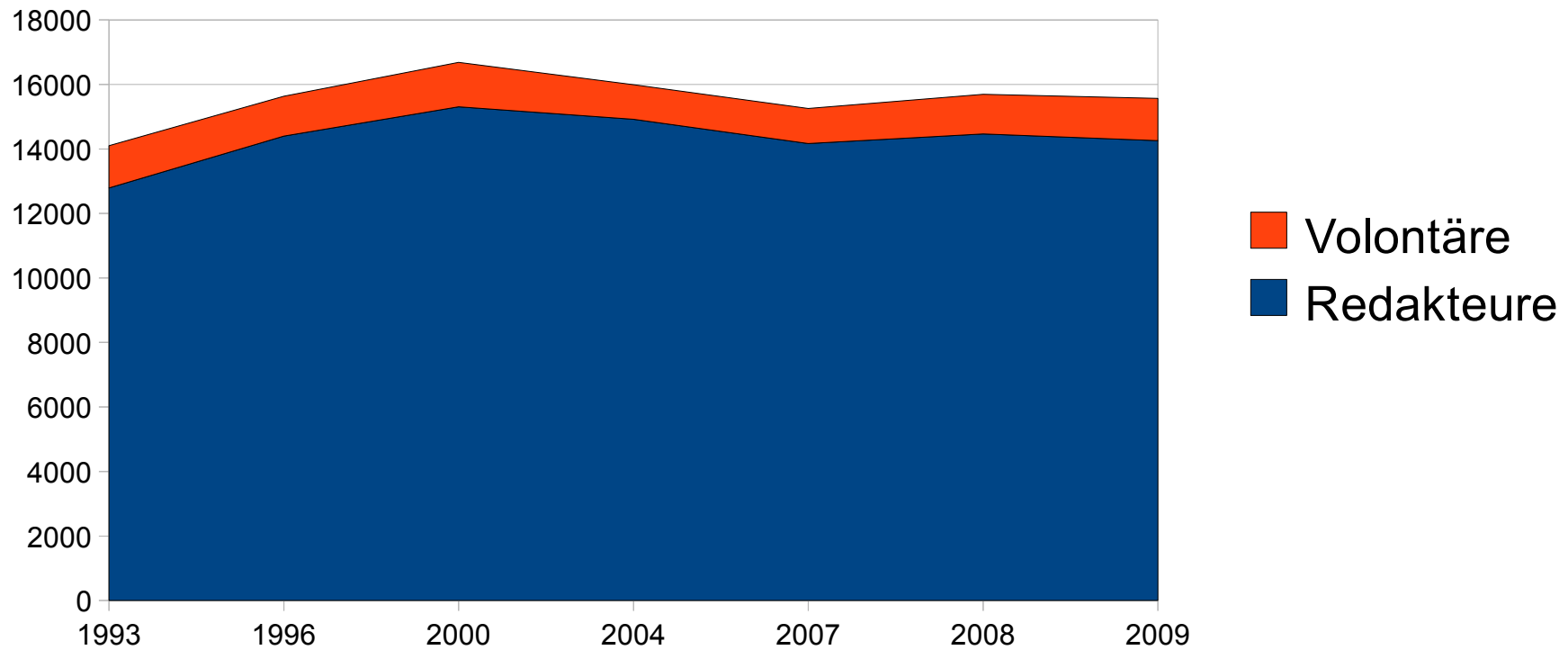


Quelle: eigene Darstellung

2.1 Kostenstruktur

Redakteure und Volontäre der deutschen Tageszeitungen 1993-2009

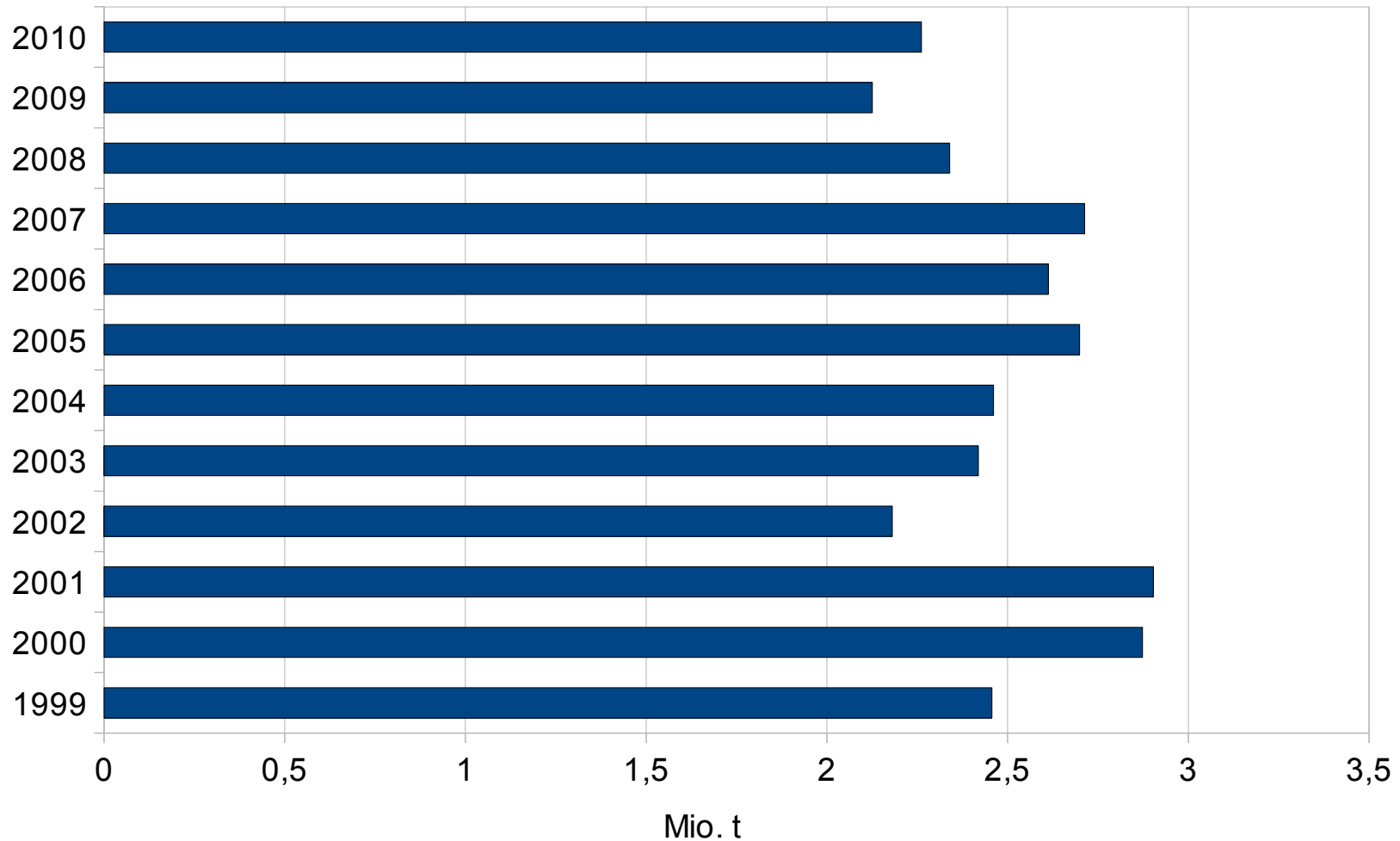
Ergebnisse der Mitarbeitererhebung



Quelle: BDZV

2.1 Kostenstruktur

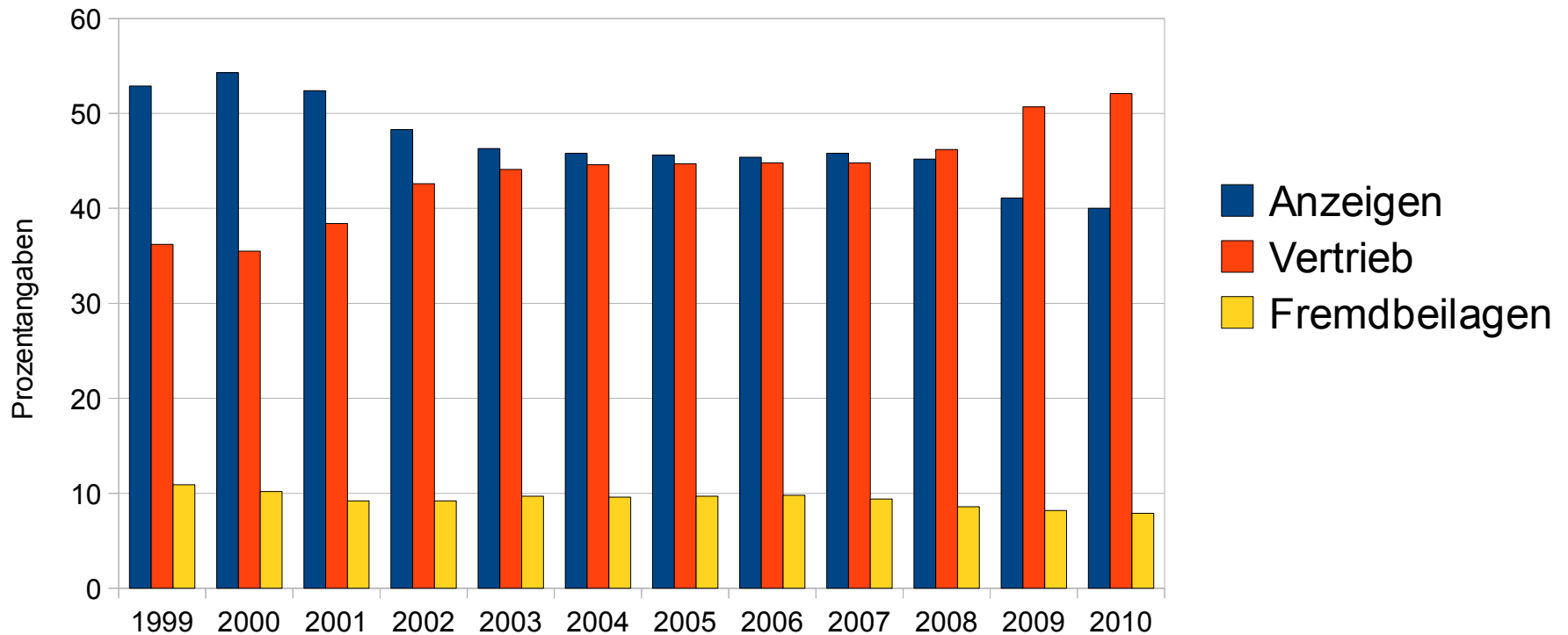
Zeitungsdruckpapier-Verbrauch 1999-2010 in Mio. t



Quelle: BDZV

2.2 Erlösstruktur

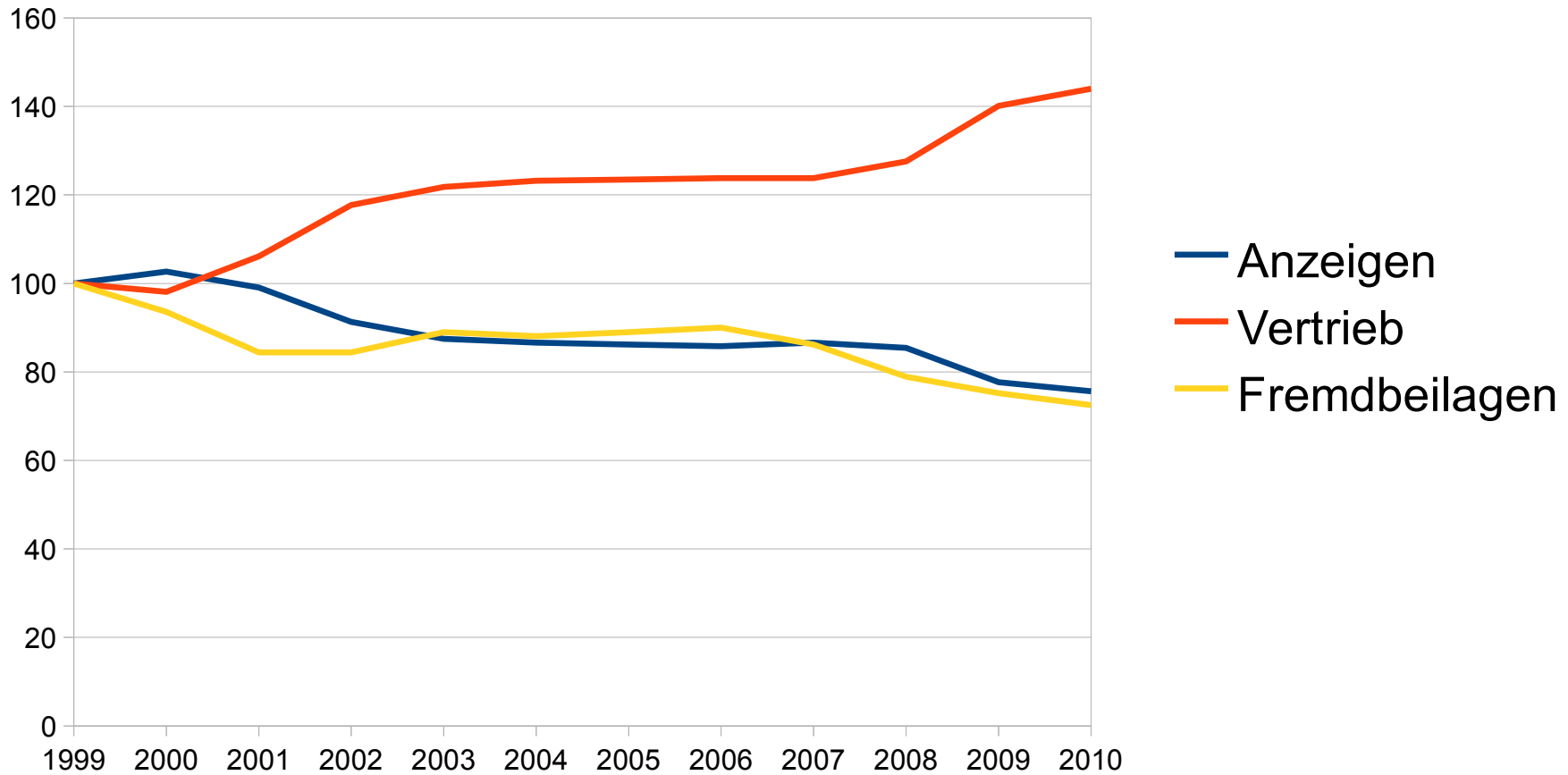
Erlösstruktur: Durchschnittswerte der Abonnementzeitungen in Westdeutschland in Prozent



Quelle: BDZV

2.2 Erlösstruktur

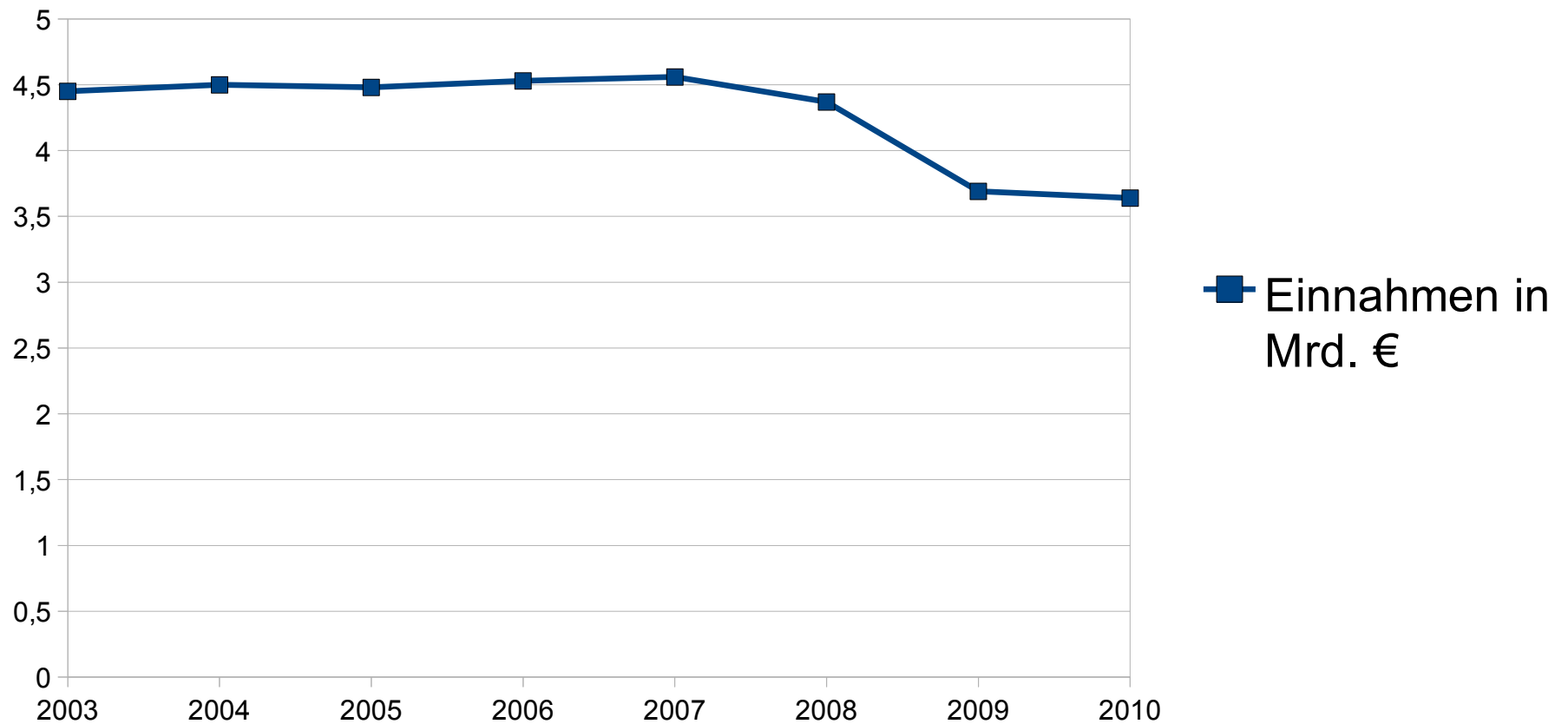
Erlösstruktur: Durchschnittswerte der Abonnementzeitungen in Westdeutschland (Indexwerte)



Quelle: eigene Darstellung

2.2 Erlösstruktur

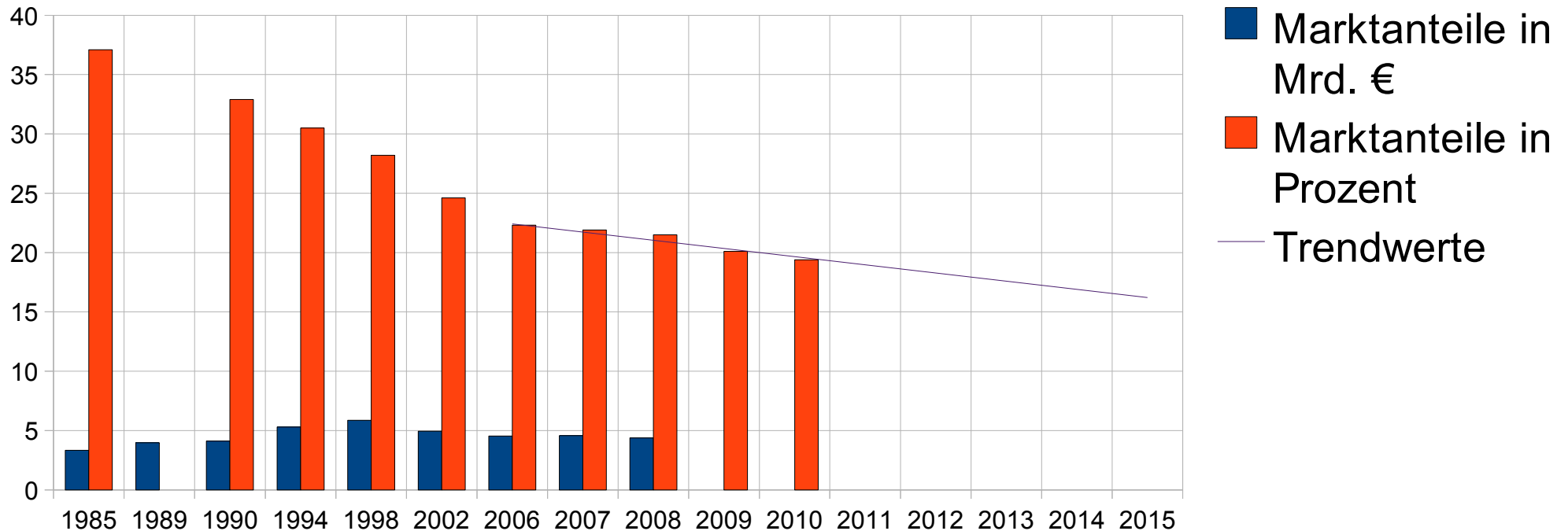
Netto-Werbeinnahmen der Tageszeitungen in Mrd. € 2003-2010



Quelle: BDZV/ZAW

2.2 Erlösstruktur

Werbeaufwendungen in der BRD: Marktanteile der Tageszeitung in Mrd. €/in Prozent



Quelle: eigene Darstellung/BDZV

- Der Anteil der Tageszeitungen am Werbekuchen betrug 1985 noch 37,1% und schrumpfte bis 2010 auf 19,4%

2.2 Erlösstruktur

- BDZV-Umsatzerhebung 2003-2008 Gesamtdt.

Regionale Abonnement- zeitungen in Mio. €	2003	2004	2005	2006	2007	2008	CAGR
Deutschland							
Anzeigen	3.612	3.600	3.564	3.616	3.639	3.521	-0,42%
Vertrieb	3.115	3.132	3.179	3.227	3.225	3.302	0,98%
Gesamt	6.727	6.732	6.743	6.843	6.865	6.824	0,24%

Quelle: eigene Darstellung nach BDZV

3. Vergleich mit dem privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk

3.1 Kostenstruktur

- **Kostenarten**

Abonnementzeitung

- Verwaltung
- Anzeigen
- Vertrieb
- Redaktion
- Herstellung

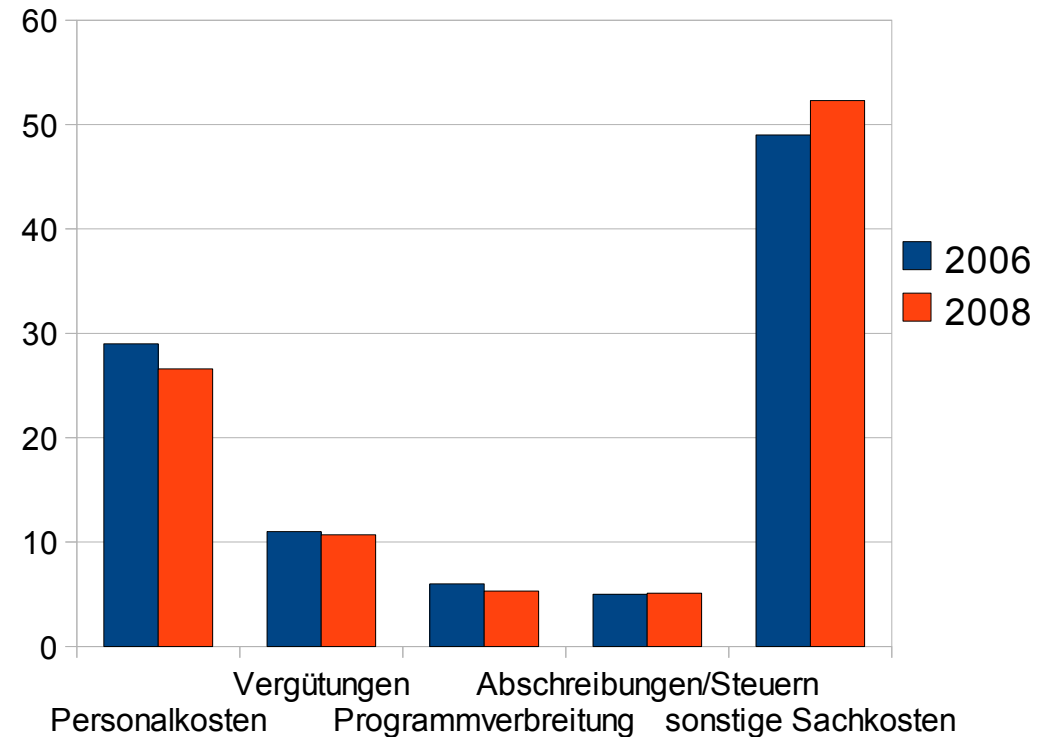
Rundfunk

- Personalkosten
- Vergütungen
- Programmverbreitung
- Abschreibung/Steuern
- sonstige Sachkosten

3.1 Kostenstruktur

Kostenstruktur Rundfunk

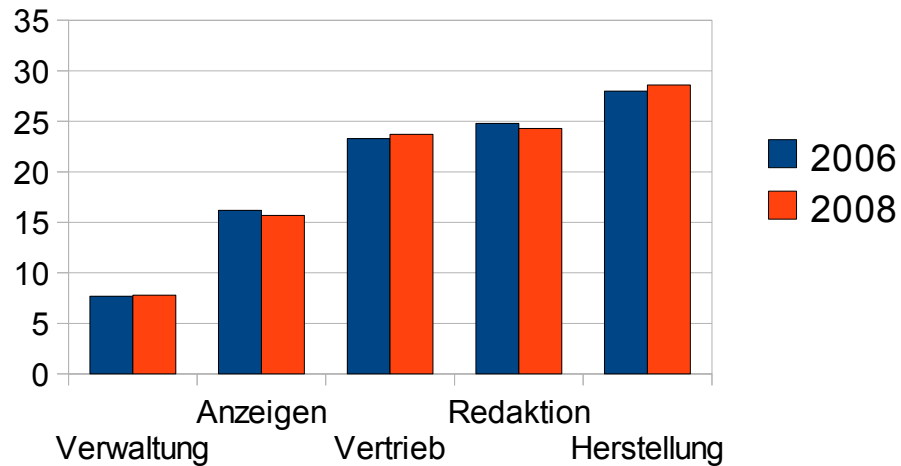
2006/2008



	2006	2008
Personalkosten	29	26,6
Vergütungen	11	10,7
Programmverbreitung	6	5,3
Abschreibungen/Steuern	5	5,1
sonstige Sachkosten	49	52,3

Kostenstruktur Abonnementzeitungen

2006/2008



	2006	2008
Verwaltung	7,7	7,8
Anzeigen	16,2	15,7
Vertrieb	23,3	23,7
Redaktion	24,8	24,3
Herstellung	28	28,6

3.2 Ertragsstruktur

- Ertragsarten

Abonnementzeitung

- Anzeigen
- Vertrieb
- Fremdbeilagen

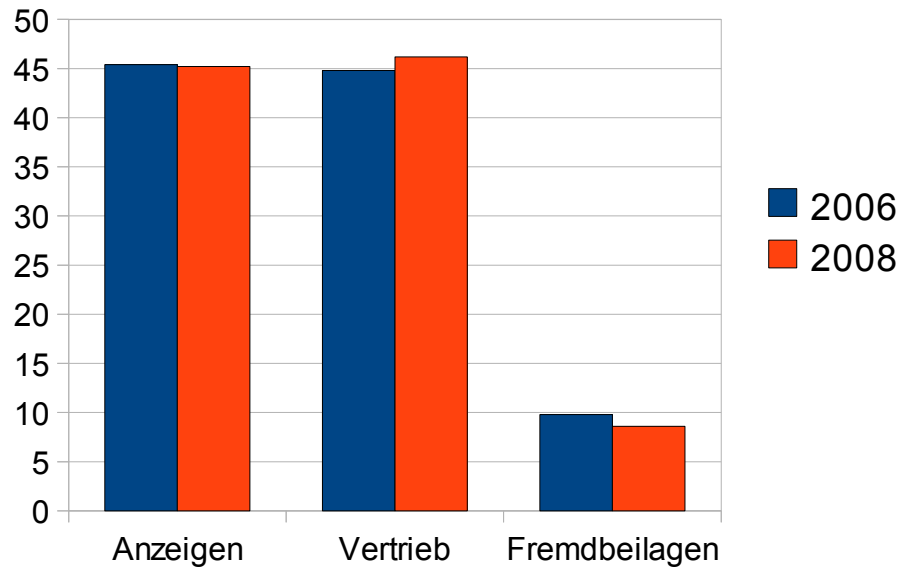
Rundfunk

- Fernsehgebühr
- Grundgebühr
- Werbung
- Bundeshaushalt
- sonstige Erträge

3.2 Ertragsstruktur

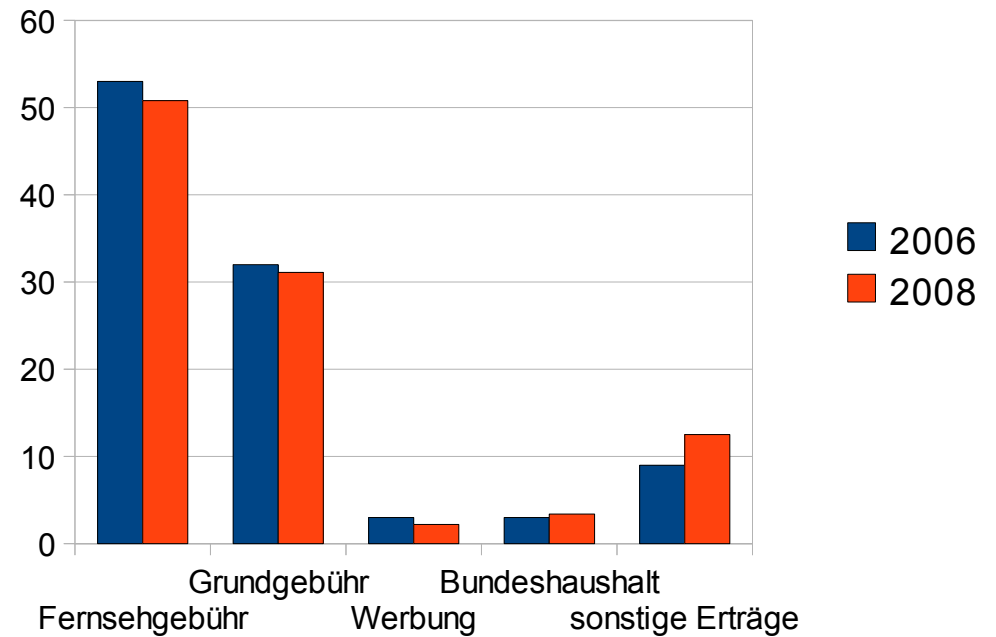
Erlösstruktur Abonnementzeitung

2006/2008



Erlösstruktur Rundfunk

2006/2008

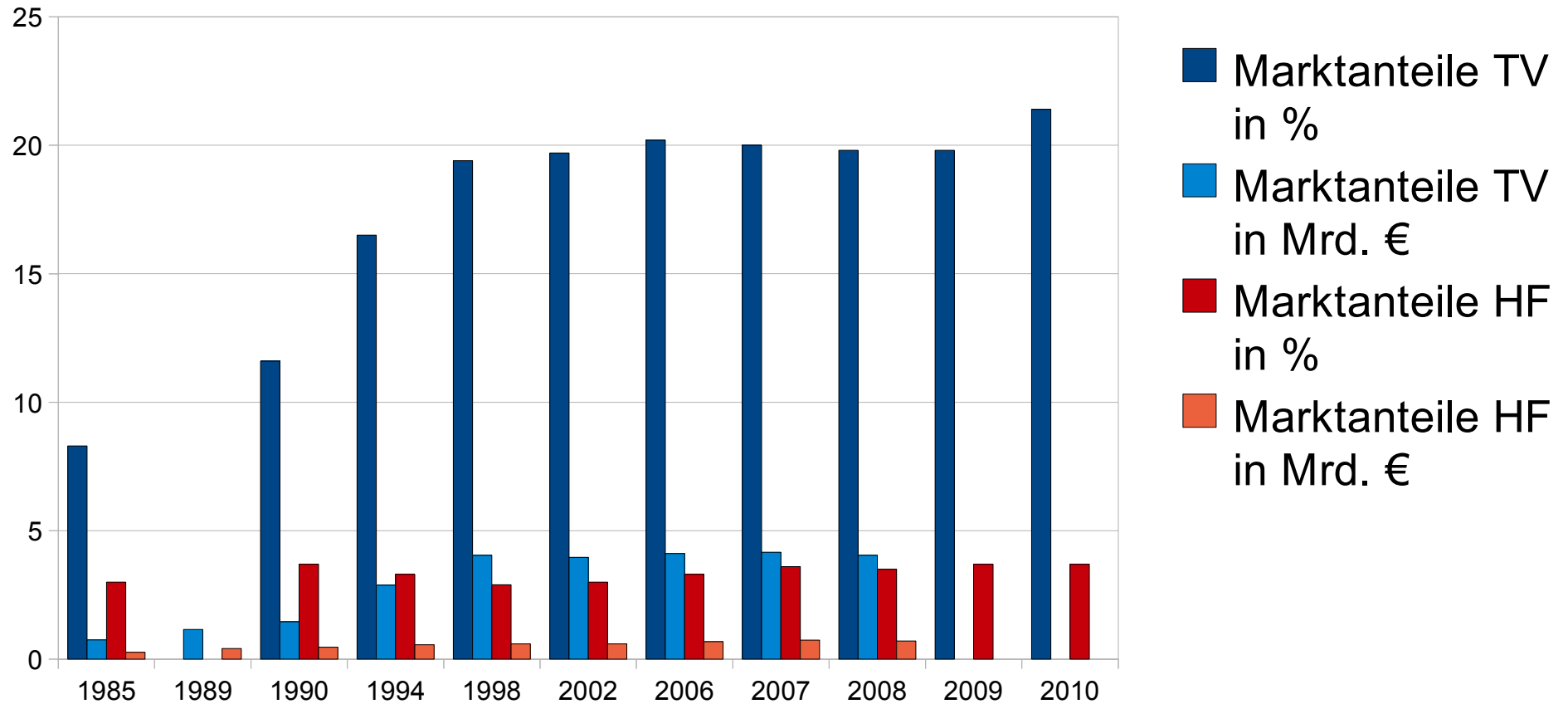


	2006	2008
Anzeigen	45,4	45,2
Vertrieb	44,8	46,2
Fremdbeilagen	9,8	8,6

	2006	2008
Fernsehgebühr	53	50,8
Grundgebühr	32	31,1
Werbung	3	2,2
Bundeshaushalt	3	3,4
sonstige Erträge	9	12,5

3.2 Ertragsstruktur

Werbeaufwendungen in der BRD: Marktanteile von TV und Hörfunk in Prozent/in Mrd. € 1985-2010

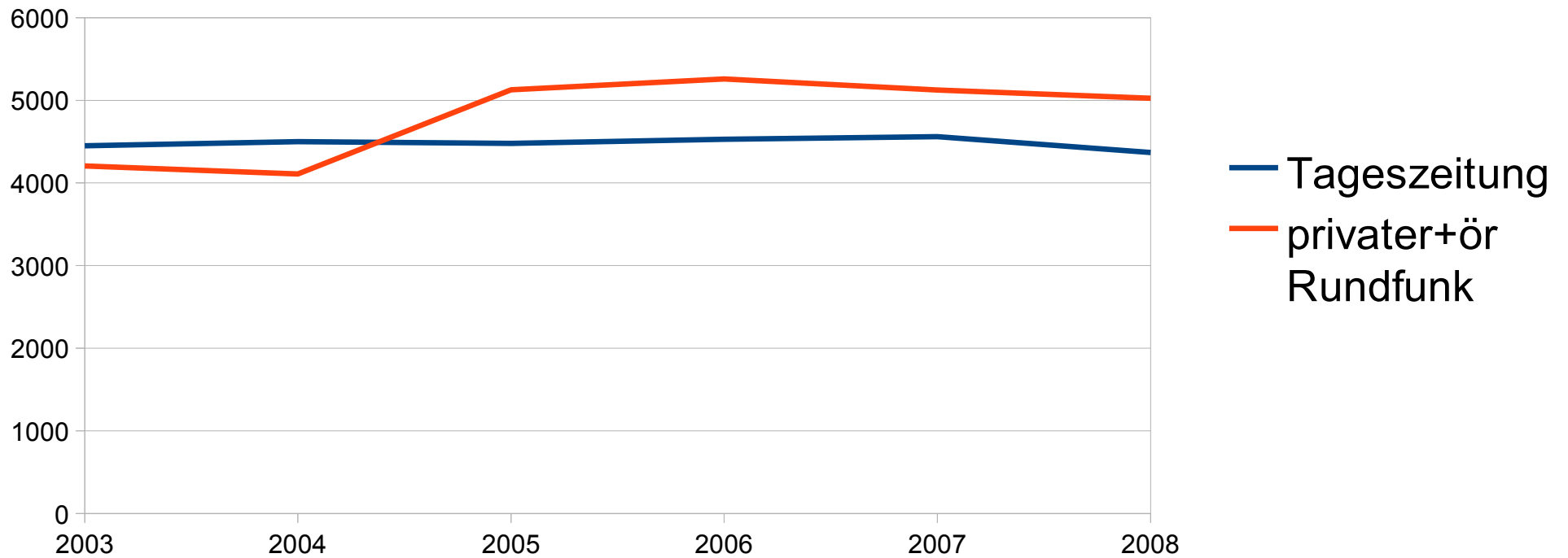


Quelle: BDZV

3.2 Ertragsstruktur

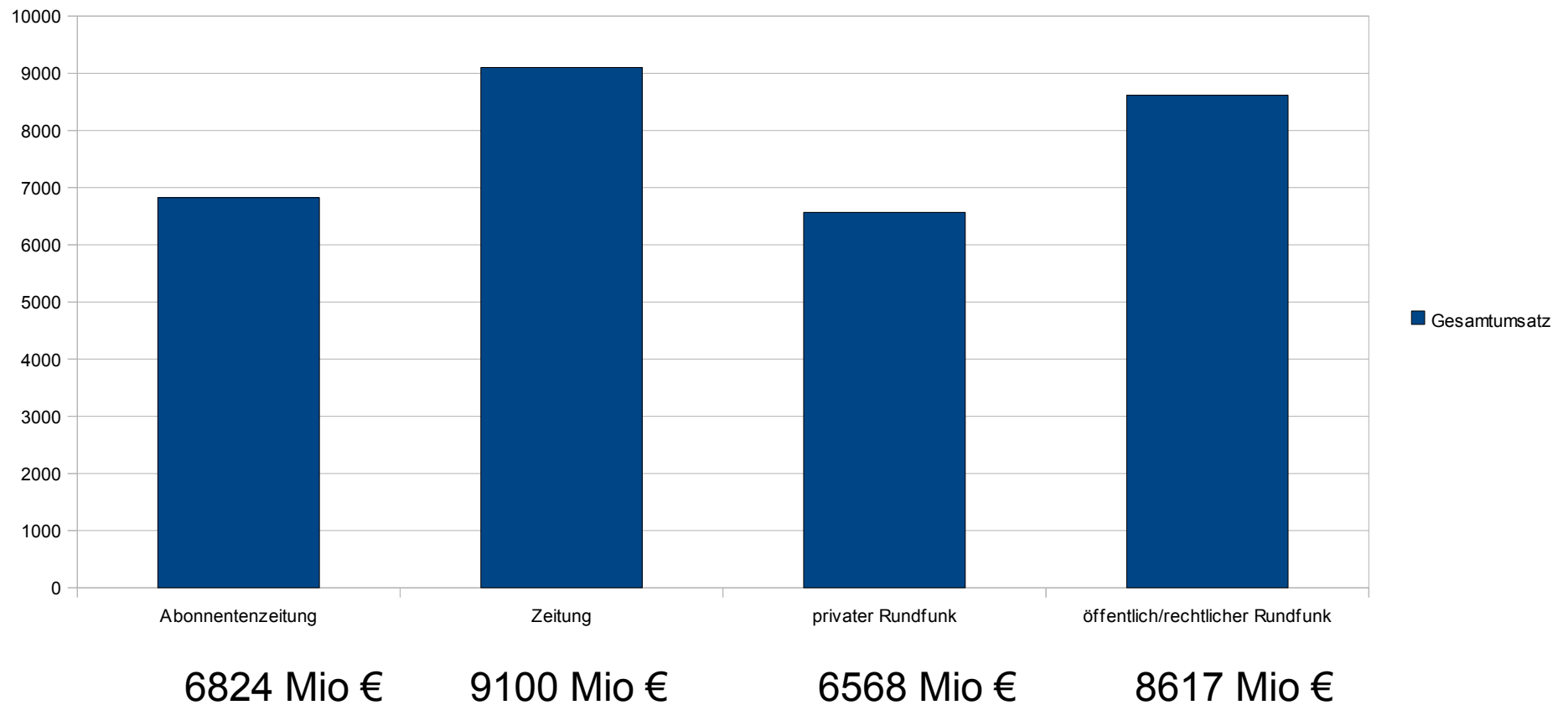
Netto-Werbeinnahmen in Mio. €

2003 bis 2008



3.2 Ertragsstruktur

- Gesamtumsatz



Quellen

ALM (2010): ALM Jahrbuch 2010/2011. Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland. Berlin: Vistas.

ALM (2010): Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2008/2009. Berlin: Vistas.

Beyer, A./Carl, P. (2008): Einführung in die Medienökonomie. Konstanz: UVK

BDZV (2009, 2007, 2005, 2000): Zeitungen 2009 (bzw. 2007, 2005, 2000). Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. ZV Zeitungs-Verlag Service GmbH

Heinrich, J. (2001): Medienökonomie. Band 1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt. Wiesbaden: VS Verlag.

<http://www.bdzv.de/schaubilder.html>

http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/ALM-Jahrbuch/Jahrbuch_2011/Jahrbuch_der_Medienanstalten_2011.pdf

www.medialine.de (Focus)

www.wikipedia.de