

Burda geht nach Westen

Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft Januar bis März 2016 Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

22. April 2016

Die alljährlich von der Unternehmensberatung *Bartholomäus & Cie.* veröffentlichten Zahlen zur „M&A-Tätigkeit“¹ bei den deutschen Verlagen zeigen für 2015 einen leichten Rückgang. Mit 257 Übernahmen und/oder Beteiligungen lag die Zahl knapp unter dem Rekordwert des Vorjahrs. Mindestens 36 weitere Transaktionen – elf mehr als im Vorjahr – hat es in den Branchen Fernsehen, Hörfunk und Film gegeben.

Zahl der Übernahmen und Beteiligungen 2015 auf gleichbleibendem Niveau

Zahl der Übernahmen und Beteiligungen bei deutschen Medienunternehmen

	Verlage	Film und Funk ¹⁾
2003	82	.
2005	138	.
2007	240	43
2008	261	48
2010	205	40
2012	246	35
2013	254	29
2014	262	25
2015	257	36

¹⁾ Mindestzahlen

Quelle: *Bartholomäus & Cie., Transaktionsmonitor Verlagswesen 2015, Frankfurt/M. 2016, S. 9; ebd. Ausgabe 2008, S. 7. Eigene Recherchen des Autors in Presse und Internet*

Erneut gewachsen ist das Volumen der von den Verlagen bewegten Umsätze, und zwar um sieben Prozent auf 7,6 Milliarden Euro. Seit 2011 (3,5 Milliarden Euro) hat es sich mehr als verdoppelt. Die umfangreichsten Transaktionen waren die Bildung von *Springer Nature* als globaler Fachmedienkonzern unter dem Dach der *VG von Holtzbrinck* sowie das *Springer/Funke*-Gemeinschaftsunternehmen *Media Impact*. Sie standen für jeweils 1,5 Milliarden Euro. Die Vollübernahme des Druckkonzerns *Prinovis* durch *Bertelsmann* umfasste eine Milliarde Euro, die der Internetholding *Digital Classifieds* durch

Etwa 7,6 Milliarden Umsatz sind bei Unternehmenskäufen bewegt worden.

¹ M&A = Mergers & Acquisitions; wörtlich Verschmelzungen und Übernahmen. Üblicherweise verwendet als Sammelbegriff für Fusionen, Unternehmenskäufe, Betriebsübergänge, fremdfinanzierte Übernahmen, Beteiligungen oder Unternehmenskooperationen.

Axel Springer 475 Millionen Euro. Diese vier Käufe machten fast die Hälfte der Gesamtsumme aus.

Die meisten Übernahmen und Beteiligungen haben in den Segmenten Publikumszeitschriften und Tageszeitungen (einschließlich dem dortigen Internethandel) stattgefunden. Ein Drittel aller Geschäfte entfiel auf so genannte digitale Aktivitäten (Portale, Software, Datenbanken, Dienstleistungen). Die sieben aktivsten Konzerne haben mehr als ein Drittel aller Transaktionen vorgenommen und dabei rund drei Viertel des betroffenen Umsatzvolumens bewegt.

Die meisten Deals hat es bei Printmedien gegeben.

Übernahmen und Beteiligungen deutscher Verlage nach Verursachern

Erwerber	Übern./Bettlg. insgesamt		dar. in digitalen Formaten		darunter im Ausland		Verkäufe	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Bertelsmann ¹⁾	24	24	15	17	18	14	12	6
Axel Springer	19	24	19	19	12	18	5	11
VG von Holtzbrinck	13	12	12	10	1	-	3	5
Hubert Burda Media	12	11	6	9	5	4	4	7
Springer Nature / SBM ²⁾	9	5	-	1	5	1	3	1
Funke-Gruppe	4	6	2	3	-	-	4	3
Bauer Media	3	8	3	5	1	5	1	-
Summe	84	90	57	64	42	42	32	27

¹⁾ einschließlich Gruner+Jahr, ohne RTL-Gruppe

²⁾ gehört seit 2015 mehrheitlich zur VG von Holtzbrinck

Quelle: Bartholomäus & Cie., a. a. O., S. 26; ebd. Ausgabe 2014, S. 26

Bei den deutschen Verlagen verschiebt sich das Interesse von den klassischen Geschäftsfeldern hin zu digitalen. Während 2010 noch 63 Prozent aller Übernahmen und Beteiligungen in Printverlage und Buchhandlungen gingen, waren es 2015 nur noch 43 Prozent. Der Anteil von Portalen, Datenbanken und Onlineservicefirmen stieg von 15 auf 33 Prozent, einschließlich Onlinehandel auf 50 Prozent. Dadurch verändern sich mittelfristig die Wertschöpfungsketten in den Verlagen.

Das Interesse verschiebt sich zum Digitalen.

Anteil der „Formate“⁽¹⁾ an Übernahmen und Beteiligungen deutscher Verlage (in Prozent der Gesamtzahl)

	Klassisch	Digital	Onlinehandel	Sonstige
2010	63	15	13	9
2011	58	19	13	10
2012 ²⁾	48	43	-	9
2013	48	20	19	13
2014	46	23	22	9
2015	43	33	17	7

¹⁾ Klassisch = Printmedien und stationärer Buchhandel; Digital = Portale, Software, Datenbanken, Services; Sonstige = Veranstaltungen, Radio/TV, Dienstleistungen

²⁾ 2012 wurden Digitale Formate und Onlinehandel nicht getrennt erfasst.

Quelle: Bartholomäus & Cie., a. a. O., S. 23 sowie frühere Ausgaben.

Ende 2015 hat die Beratungsfirma **OC&C Strategy Consultants** eine Studie zu Beteiligungsstrategien deutscher Medienkonzerne bei Internetfirmen vorgelegt („Nicht markenbezogene Online-Aktivitäten von Medienunternehmen“). Am Beispiel von acht Kon-

zernen (Axel Springer, Burda, Gruner+Jahr, VG von Holtzbrinck, Madsack, ProSieben-Sat.1, RTL-Gruppe, DuMont Schauberg) wurden für 2015 (bis November) 392 Beteiligungen an Internetfirmen gezählt. Gegenüber dem Gesamtwert des Vorjahrs war das ein Zuwachs um zwei Prozent, gegenüber 2009 um 51 Prozent. Von diesen 392 Transaktionen hatten 99 ihren Schwerpunkt auf redaktionellen Inhalten („Content“), 90 auf Onlinehandel, 58 auf Werbung, 49 auf Rubrikananzeigen und 41 auf Technik, 30 waren Marktplätze und 82 bedienten andere Geschäftsfelder. Ein Fazit der Studie lautet: Medienunternehmen investieren bevorzugt in markennahe oder -unterstützende Angebote, die Abhängigkeit von Werbeeinnahmen ist weiterhin groß.

392 Beteiligungen an Internetfirmen 2015

Bertelsmann SE & Co. KGaA

Selbstlob gehört bei Bertelsmann zum Tagesgeschäft – so auch am 22. März 2016 bei der Präsentation der Geschäftszahlen 2015. Vorstandsvorsitzender Thomas Rabe: „2015 war ein sehr gutes Jahr für Bertelsmann.“ Der Umsatz ist zwar nur um 2,8 Prozent gestiegen, hat aber erstmals seit acht Jahren wieder über 17 Milliarden Euro gelegen. Der operative Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Ebitda) hat um 4,7 Prozent auf knapp 2,5 Milliarden Euro zugenommen – den höchsten Wert seit 2006. Die Umsatzrendite (Ebitda/Umsatz) ist von 14,2 auf 14,5 Prozent geklettert. Besonders viel Freude dürfte der Nettogewinn bereitet haben. Er hat sich mit 1,1 Milliarden Euro fast verdoppelt. Bereinigt um die Effekte von Firmenverkäufen habe er ein „Allzeithoch“ erreicht, wurde verlautbart. Die Investitionen sind allerdings um 20 Prozent gesunken, die Nettofinanzschulden lagen um fast zwei Drittel über dem Niveau des Vorjahrs.

Rekordwerte bei Bertelsmann

Nettogewinn auf „Allzeithoch“

Wirtschaftszahlen der Bertelsmann SE & Co. KGaA (Millionen Euro)

	2013	2014	2015	15/14 (%)
Umsatz	16.179	16.675	17.141	+ 2,8
RTL-Group	5.824	5.808	6.029	+ 3,8
Arvato	4.388	4.662	4.847	+ 4,0
Penguin Random House	2.654	3.324	3.717	+ 11,8
Gruner+Jahr	2.014	1.747	1.538	- 12,0
Be Printers	1.122	996	742	- 25,5
Corporate Investments	546	510	624	+ 22,4
Corporate Center / Konsolidierg.	- 369	- 372	- 356	-
EBITDA (operational)	2.311	2.374	2.485	+ 4,7
RTL-Group	1.324	1.334	1.355	+ 1,6
Arvato	397	384	394	+ 2,6
Penguin Random House	363	452	557	+ 23,2
Gruner+Jahr	193	166	128	- 22,9
Be Printers	92	64	47	- 26,6
Corporate Investments	20	44	80	+ 81,8
Corporate Center / Konsolidierg.	- 78	- 70	- 76	-
Konzerngewinn	885	572	1.105	+ 93,2
Investitionen	1.988	1.601	1.281	- 20,0
Nettofinanzschulden	681	1.689	2.765	+ 63,7
Beschäftigte	111.099	112.037	117.249	+ 4,7

Quelle: Bertelsmann-Pressemitteilung, 22. 3. 2016 und 31. 3. 2015; Geschäftsbericht 2015

In den einzelnen Unternehmensbereichen sind die Geschäfte im vergangenen Jahr sehr ungleich verlaufen. Darin zeigt sich die Hauptschwäche des Konzerns: die extreme Abhängigkeit vom Fernsehgeschäft, genauer gesagt vom deutschen Fernsehmarkt. Die *RTL-Gruppe* steuert 35 Prozent zum Umsatz und 55 Prozent zum Ebitda des Gesamtkonzerns bei.

Die RTL-Group ...

... hat 2015 nach zwei Jahren Umsatzrückgang wieder ein Plus von 3,8 Prozent erzielt und sechs Milliarden Euro eingenommen. Das Ebitda hat zwar nur um 1,6 Prozent zugelegt, der Nettogewinn ist aber um 21 Prozent auf 789 Millionen Euro gestiegen. Die Gruppe, an der *Bertelsmann* 75,1 Prozent hält, führt ihre glänzenden Geschäftszahlen auf drei Faktoren zurück: mehr Umsatz aus digitalen Geschäftsfeldern, Wechselkurseffekte und das brummende Deutschlandgeschäft. *RTL Deutschland* hat ein Ebita von 684 Millionen Euro erzielt – 5,2 Prozent mehr als im Vorjahr. In den meisten anderen Ländern waren die Umsätze und Gewinne 2015 hingegen rückläufig, auch die Entertainmenttochter *Fremantle Media* hat zwar einen höheren Umsatz, aber ein um 8,9 Prozent gesunkenes Ergebnis verbucht. 53,8 Prozent der RTL-Umsätze stammen aus Radio- und Fernsehwerbung. Dieses Geschäft wird durch die Digitalisierung und die Konkurrenz von US-Videoplattformen unsicher. Das eigene Digitalgeschäft hat zwar um 72 Prozent zugenommen, macht mit 508 Millionen Euro aber erst 8,4 Prozent des Gesamtumsatzes aus.

Die RTL-Gruppe bleibt die Stütze des Geschäfts von Bertelsmann

Arvato ...

... umfasst das Geschäft mit Dienstleistungen aller Art: „Services“ rund um Produktion und Vertrieb von Druck- und Speichermedien, Datenmanagement, Personalauslagerungen, Finanzdienstleistungen, Inkasso, staatliche Verwaltungstätigkeiten usw. Seit Anfang 2016 sind die Tätigkeitsfelder eingeschränkt worden: Die Druck- und Replikationsgeschäfte gingen an die neu geschaffene *Bertelsmann Printing Group*, die Kommunikationsagentur *Medienfabrik* wanderte zu *Gruner+Jahr*. Der Umsatz von *Arvato* ist 2015 überdurchschnittlich gewachsen, das Ebitda unterdurchschnittlich.

Arvato ist amputiert worden.

Penguin Random House ...

... hat 2015 zum wiederholtem Mal den höchsten Zuwachs von allen Geschäftsbereichen erzielt (11,8 Prozent beim Umsatz, 23,2 Prozent beim Ebitda). Die Umsatzrendite ist von 13,6 auf 15,0 Prozent gestiegen. Auch hier spielten „Wechselkurseffekte“ eine Rolle (die in Euro vorgelegte Bilanz wird durch die hohen Dollar- und Pfundkurse aufgepoliert). Es gab aber auch mehrere Erfolgstitel. Am größten Belletristikonzern der Erde hält *Bertelsmann* 53 Prozent, der Rest liegt beim britischen *Pearson*-Konzern. Die deutsche Tochter *Random House* gehört *Bertelsmann* allein. Ihr Umsatz wird nicht separat ausgewiesen. Der „buchreport“ schätzt ihn auf 329 Millionen Euro, was einem Wachstum um 1,2 Prozent entspräche (Vorjahr: 325 Millionen Euro / minus 4,5 Prozent zu 2013).

Beim Buchgeschäft gab's die höchsten Wachstumsraten.

Gruner+Jahr ...

... gehört weiterhin zu den Problembereichen von *Bertelsmann*. Umsatz und Gewinn sind deutlich gesunken, die Umsatzrendite sackte von 9,5 auf 8,3 Prozent ab. Beim Umsatzschwund spielten der Komplettverkauf des Druckereigeschäfts sowie der Rückzug aus Asien und Italien eine Rolle. Ohne die Portfolioeffekte sei das operative Geschäft

stabil geblieben, hieß es. Rückläufig war das Anzeigengeschäft, während die Vertriebs-erlöse trotz gesunkener Auflagen gleich blieben.

In Österreich gibt es Probleme bei der Verlagsgruppe *News*, die *Gruner+Jahr* mehrheitlich gehört. Dort gab es 2015 einen Verlust von mehreren Millionen Euro. Auch in China läuft es nicht so wie gewünscht: Dort besteht ein Joint Venture mit dem *Boda*-Konzern. Die Gerüchte über einen Ausstieg von G+J haben sich im März 2016 verdichtet. Starkes Wachstum hat es hingegen beim Digitalgeschäft gegeben: Auf den „Kernmärkten“ Deutschland und Frankreich liegt sein Umsatzanteil inzwischen bei 20 Prozent (Vorjahr: 17 Prozent). *Gruner+Jahr* hat 2015 ein gutes Dutzend neue Printtitel auf den Markt geworfen.

Noch kein Ende der Krise bei Gruner+Jahr

BePrinters ...

... heißt das Unternehmen, in das *Bertelsmann* seine Druckaktivitäten untergebracht hat. In Deutschland handelt es sich vor allem um das Tiefdruckunternehmen *Prinovis*, das 2015 vollständig übernommen worden ist (vorher gehörte ein Viertel *Axel Springer*). Der Markt für Druckdienstleistungen ist seit Jahren stark rückläufig. Der Grund sind sinkende Auflagen und neue Techniken (Offset- und Digitaldruck). Anfang 2016 ist *BePrinters* in der neuen *Bertelsmann Printing Group* aufgegangen.

Das Druckgeschäft schrumpft weiter.

Corporate Investments ...

... ist *Bertelsmanns* Resterampe. Hier sind alle Segmente zusammengefasst, die in keinen der anderen Bereiche passen:

- *Das Bildungsgeschäft* wurde durch Übernahmen in den USA weiter ausgebaut. Die Beteiligung am Bildungsanbieter *Udacity* wurde erhöht, beim Bildungsdienstleister *HotChalk* ist *Bertelsmann* größter Anteilseigner geworden. Ganz übernommen wurde *RediLearning*, ein Anbieter von „E-Learning“. Seit Anfang 2016 ist der Bereich als eigenständige *Bertelsmann Education Group* installiert.
- *BMG Rights Management*: Der 2008 neu geschaffene Musikverlag hat auch 2015 durch Zukäufe (*Rise Records*, *S-Curve Records*, *Atmosphérique*, *Verse Music* u. a.) und durch erfolgreichen Vertrieb expandiert. In China gab es einen Distributionsvertrag mit dem Internetkonzern *Alibaba*.
- Der Investmentfonds *Bertelsmann Digital Media Investments* hat diverse Investments in den USA, China, Indien und Brasilien getätigt.
- Der *Club Bertelsmann* ist im Lauf des Jahres 2015 liquidiert worden.

In Bildung und Musik investiert Bertelsmann kräftig.

Der *Bertelsmann*-Konzern will in der näheren Zukunft durch Zukäufe wachsen. Bis 2020 sollen hierfür jährlich 1,3 Milliarden Euro zur Verfügung stehen, berichtete der FT-Herausgeber Guy Chazan. Objekte der Begierde sind u. a. die fehlenden 47 Prozent von *Penguin Random House* sowie die US-Bildungsfirmen *HotChalk* und *Udacity*.

Auch im ersten Quartal 2016 ging *Bertelsmanns* Einkaufsreise weiter. Folgende Übernahmen von und Beteiligungen an Unternehmen wurden bekannt:

- Die *RTL-Group* hat 25 Prozent am geplanten Luxemburger Radiosender „L'Essentiel“ gekauft.
- *Gruner+Jahrs* neu geschaffener Beteiligungsfonds *Digital Ventures* hat sich am Online-Shop *Panomo* beteiligt.
- *Bertelsmann* hat sich beim indischen „Shopping-Dienstleister“ *KartRocket* beteiligt.

Übernahmen und Beteiligungen im ersten Quartal

- *Gruner+Jahr* hat seine Anteile an *Trnd*, einem Spezialisten für „Empfehlungs-Marketing“, auf 75 Prozent erhöht.
- Der Fonds *Bertelsmann Digital Media Investments* ist beim US-Werbeanalysten *Pathmatics* eingestiegen.
- *RTL Deutschland* hat 93,75 Prozent des Online-Videovermarketers *Smartclip* gekauft.

Axel Springer SE

Im abgelaufenen Geschäftsjahr ist der *Springer*-Konzern wieder kräftig gewachsen. Der Umsatz hat um 8,5 Prozent zugelegt, der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Ebitda) um 10,4 Prozent und der Nettoprofit („Überschuss“) sogar um 29,2 Prozent. Bereinigt um Sondereffekte ist der Nettoprofit allerdings um 11,2 Prozent geschrumpft. Mit den so genannten Digitalen Aktivitäten – darunter wird alles verstanden, was mit dem Internet zu tun hat – sind 61 Prozent aller Umsätze erzielt worden.

Deutliches Wachstum im vergangenen Geschäftsjahr

Wirtschaftszahlen der Axel Springer SE (Millionen Euro)

	2013	2014	2015	15/14 (%)
Umsatz	2.801,4	3.037,9	3.294,9	+ 8,5
- <i>Digitale Aktivitäten (proforma)</i>	.	1.794,6	2.004,6	+ 11,7
- <i>Werbung</i>	1.637,8	1.815,1	2.107,6	+ 16,1
- <i>Ausland</i>	1.164,4	1.309,3	.573,5	+ 20,2
- <i>Bezahlangebote</i>	1.521,5	1.617,5	1.582,2	- 2,2
- <i>Vermarktungsangebote</i>	716,5	794,1	878,9	+ 10,7
- <i>Rubrikenangebote</i>	402,6	512,0	753,1	+ 47,1
- <i>Services/Holding</i>	160,8	114,4	80,7	- 29,4
Betriebsergebnis (Ebitda)	454,3	507,1	559,0	+ 10,2
- <i>Bezahlangebote</i>	250,1	251,4	223,2	- 11,2
- <i>Vermarktungsangebote</i>	103,4	106,5	88,0	- 17,4
- <i>Rubrikenangebote</i>	163,8	217,7	305,0	+ 40,1
- <i>Services/Holding</i>	- 63,0	- 68,5	- 57,1	-
Überschuss	178,6	235,7	304,6	+ 29,2
Überschuss bereinigt	229,8	251,2	223,2	- 11,2
Investitionen	94,5	95,9	131,4	+ 37,0
Nettoverschuldung	471,3	667,8	1.066,6	+ 59,7
Beschäftigte (Durchschnitt)	12.843	13.917	15.023	+ 7,9

Quelle: Konzernkennzahlen und Pressemitteilung der Axel Springer SE, 3. 3. 2016

Das Geschäftsfeld „Bezahlangebote“ hat 2015 rund 48 Prozent aller Erlöse abgeliefert. Es besteht größtenteils aus den beiden digitalen „Marken“ *BILD* und *WELT*, darunter auch den gedruckten Ausgaben samt Ablegern („Sport Bild“ usw.). Das Geschäft ist rückläufig, sein Anteil am Konzernumsatz sinkt. Die „Vermarktungsangebote“, d. h. die Onlineplattformen für lokale Handelswerbung (*kaufDA*, *Retale*, *Ofertia* und *Bonial* – aber auch das Frauenportal *aufeminin*) haben beim Umsatz leicht überdurchschnittlich zugelegt, beim Gewinn verloren.

Bezahlangebote erreichen 48 Prozent des Gesamtumsatzes.

Als Wachstumsmotor fungiert das Geschäftsfeld „Rubrikenangebote“. Darunter sind die Stellenportale (*stepstone*, *totaljobs*, *jobsite*, *saongroup*, *yourcareer*), die Immobilienplattformen (*immowelt*, *immonet*, *immoweg*, *seloger*) und andere (*meinestadt*, *@leisure*, *yad2*, *lacentrale*) zusammengefasst. Dieser Bereich ist in einer eigenen Holdinggesellschaft

schaft (*Digital Classifieds*) zusammengefasst, an der seit 2012 der Finanzinvestor *General Atlantic* mit 30 Prozent beteiligt war. Anfang des vergangenen Jahres hat *Springer* 15 Prozent der Anteile für 446 Millionen Euro gekauft, der Rest wurde im Dezember 2015 gegen 8,3 Prozent *Springer*-Aktien im Wert von 463 Millionen Euro getauscht. *Springer* ist nunmehr Alleineigentümer, hat aber einen neuen Großaktionär.

Rubrikenangebote sind der Wachstumsmotor.

Im vergangenen Jahr hat *Springer* erhebliche Anstrengungen unternommen, um seinem Anspruch, „einer der international führenden digitalen Verlage“ zu sein, gerecht zu werden. Der Start von „Politico“, eines europäischen Portals für Politikinformationen, gehörte ebenso dazu wie der eines deutschsprachigen Ablegers des digitalen US-Magazins „Business Insider“ und von „Upday“, einer Nachrichtenplattform für *Samsung*-Smartphones.

Springer investiert viel in Onlinejournalismus.

Für die Onlineportale „Bild.de“ und „Welt.de“ hatte *Springer* 2014 eine teilweise Bezahlpflicht eingeführt. Den Nutzerzahlen hat das keinen Abbruch getan. Auch die Zahl der Abonnements steigt weiter an: Ende 2015 waren es bei „Bild.de“ 310.000 und bei „Welt.de“ 74.000. Ob die Angebote damit allerdings profitabel sind, ist zweifelhaft, denn der Mutterkonzern hat viel Geld für Programm investiert. Die Werbeerlöse der beiden Portale sind 2015 um 45 Millionen auf 485 Millionen Euro gesunken. Zwar hatte man aufgrund der Fußball-WM 2014 einen Rückgang erwartet, aber nur um 20 bis 25 Millionen Euro. Diese Angaben stammen nicht von *Springer* selbst, sie wurden von einem Redakteur der Zeitschrift „Horizont“ (*horizont.net*, 2. 3. 2016) errechnet.

Die Zahl der kostenpflichtigen Abonnements bei BILD und WELT steigt. Die Werbeerlöse entwickeln sich aber schwächer als erhofft.

Der Chef der *WeltN24* GmbH, Stefan Aust, hat denn auch Anfang März 2016 ein Sparprogramm verkündet. In der Redaktion sollen 50 Stellen gestrichen werden, die Ressorts der gedruckten Zeitung „Die Welt“ werden von 14 auf acht verringert, im Feuilleton werden keine Aufträge an freie Journalisten mehr vergeben. Zugleich soll selbstverständlich die Qualität des Produkts verbessert werden („mehr Recherche, mehr Hintergrund, mehr Qualität“). Die Stimmung habe „einen neuen Tiefpunkt erreicht“, wurde aus dem Berliner Axel-Springer-Haus berichtet.

Sparorgie bei WeltN24

Dessen ungeachtet hat der *Springer*-Konzern im ersten Quartal 2016 sein Firmenportfolio vergrößert:

- Der *Axel Springer Auto Verlag* hat die Mehrheit an der *infoRoad* GmbH erworben, einem Vergleichsportal für Tankstellenpreise.
- *AS Digital Ventures* hat sich am Berliner Startup *CarJump* beteiligt. Es bietet eine App fürs Autoteilen („Carsharing“) an.
- In Spanien ging *TICbeat.com*, eine Nachrichtenseite für IT-Technik, an *Springer*.
- Zusammen mit dem US-Fernsehkonzern *Viacom* hat *Springer* ein Joint-Venture für Videovermarktung gegründet. An der Firma *Visoon Video Impact* halten *Springer* 51 Prozent und *Viacom* 49 Prozent.

Die beabsichtigte Umwandlung der Rechtsform des *Springer-Konzerns* ist am 12. 2. 2016 abgeblasen worden. Zuvor hatte es geheißt, dass aus der SE (europäische Aktiengesellschaft) eine KGaA (Kommanditgesellschaft auf Aktien) werden solle. Dadurch sollte der unternehmerische Einfluss der *Axel Springer Gesellschaft für Publizistik* (an der Friede *Springer* 90 Prozent hält) auch im Fall einer Kapitalerhöhung gesichert werden. Derzeit besitzt die Stiftung 47,3 Prozent Aktien, Friede *Springer* persönlich noch 5,1 Prozent, zusammen also 52,4 Prozent.

Springer wird keine KGaA.

Diese Entscheidung steht im Zusammenhang mit Meldungen über einen internen Streit zum Umgang mit Friede Springers Erbe (sie ist 73 Jahre alt). Die Verlegerwitwe will ihre Anteile in eine Stiftung einbringen, um die Führung des Konzerns im Sinne des Unternehmensgründers Axel Cäsar Springer zu sichern (was immer das bedeuten mag). Als Sachwalterin hat sie die Rechtsanwältin Karin Arnold vorgesehen. Dieser Plan stieß im Aufsichtsrat und im Vorstand auf Widerstand – auch Mathias Döpfner war dagegen. Der Konflikt ist offenbar noch nicht ausgetragen.

Streit um Friede Springers Erbe

ProSiebenSat.1 Media Group SE

Auch der Münchner Fernsehkonzern ist im vergangenen Geschäftsjahr deutlich gewachsen. Der Konzernumsatz hat um 13,4 Prozent auf 3,3 Milliarden Euro zugelegt, der operative Gewinn (bereinigtes EBITDA) um 9,2 Prozent auf 926 Millionen und der um Sondereffekte bereinigte Nettoprofit sogar um 11,6 Prozent auf 468 Millionen Euro.

Starkes Wachstum bei P7S1

Das Kerngeschäft ist weiterhin Fernsehen, das um 4,3 Prozent zugenommen hat. Zwei Drittel des Konzernumsatzes kommen von dort. Die Wachstumstreiber sind das Digitalgeschäft sowie Produktion und Rechtehandel. Hier hat es bei Umsatz und operativem Gewinn Wachstumsraten von 30 Prozent und mehr gegeben. In diese Geschäftsfelder pumpt das Management viel Geld, um Firmen zu kaufen. Das erklärte Ziel: die Abhängigkeit vom flatterhaften Fernsehgeschäft verringern.

Wirtschaftszahlen der ProSiebenSat.1 Media SE (Millionen Euro)

	2013	2014	2015	15/14 (%)
Außenumsatz	2.605,3	2.875,6	3.260,7	+ 13,4
- Fernsehen	1.997,8	2.062,7	2.152,1	+ 4,3
- Digital und Angrenzendes	483,7	610,7	846,4	+ 38,6
- Produktion und Vertrieb	123,8	202,2	262,2	+ 29,7
Bereinigtes EBITDA	790,3	847,3	925,5	+ 9,2
- Fernsehen	678,6	702,8	734,3	+ 4,5
- Digital und Angrenzendes	105,4	129,3	170,2	+ 31,6
- Produktion und Vertrieb	10,6	19,1	25,0	+ 30,8
EBITDA	757,8	818,4	881,1	+ 7,7
Bereinigter Konzernüberschuss	379,7	418,9	467,5	+ 11,6
Operative Kosten	1.835,8	2.046,9	2.354,5	+ 15,0
Nettofinanzschulden (31.12.)	1.446,3	1.502,5	1.940,4	+ 29,1
Beschäftigte (4. Quartal)	3.590	4.210		

Quelle: Pressemitteilungen der ProSiebenSat.1 Media AG, 26. 2. 2015 und 25. 2. 2016; Konzernkennzahlen 2007 bis 2014

Zwei Drittel des Umsatzes stammen immer noch aus dem Fernsehen; das könnte demnächst problematisch werden. Dieses Geschäft floriert derzeit zwar erstaunlich gut, es dürfte aber trotzdem bald im Niedergang begriffen sein. Videoportale à la *Netflix* und *Amazon Prime* bieten dem Publikum die Möglichkeit, Filme und Serien zu jeder beliebigen Tageszeit und in variabler Dauer zu konsumieren. Das klassische Fernsehen mit festen Sendezeiten verliert an Reiz, besonders bei jüngeren Nutzern. *ProSiebenSat.1* ist zwar – mit *Maxdome* – auch auf dem Videomarkt aktiv. Die Plattform ist aber innerhalb von zwei Jahren vom ersten auf den dritten Platz abgerutscht.

Das Fernsehgeschäft floriert, gerät aber unter Druck

Die Politik der Expansion in Nicht-Fernseh-Geschäftsfelder ist vor diesem Hintergrund alternativlos und wird konsequent fortgesetzt. Auch im ersten Quartal 2016 hat *ProSiebenSat.1* zwei Unternehmen übernommen bzw. hat sich beteiligt:

- Die Produktionstochter *Red Arrow Entertainment Group* hat die Mehrheit der US-Produktionsfirma *Orion Entertainment* gekauft.
- Die Düsseldorfer Firma *Auxmoney*, ein Onlinevermittler für Kredite, durfte sich über einen „zweistelligen Millionenbetrag“ aus München freuen.

ProSiebenSat.1 ist seit dem 21. März 2016 im deutschen Leitindex DAX an der *Deutschen Börse* gelistet – ein Ziel, auf das das Management lange hingearbeitet hat. Der Konzern gehört damit zu den 30 größten börsennotierten Unternehmen in Deutschland.

P7S1 wird im DAX gelistet.

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender von *P7S1*, musste sich 2015 mit seinem mageren Normalgehalt von 29 Millionen Euro zufrieden geben. Im Vorjahr waren es noch gut 52 Millionen Euro gewesen. Dafür hatte ein Bonus von 23,4 Millionen Euro gesorgt. Der stammte aus der Portokasse der Finanzinvestoren *KKR* und *Permira* und war ein Dankeschön für die erfolgreiche Börsenplatzierung von deren Aktien.

„Nur“ 29 Millionen für Thomas Ebeling

Hubert Burda Media KG

Der *Burda*-Konzern hat im vergangenen Jahr 2,2 Milliarden Euro umgesetzt – 200 Millionen Euro oder acht Prozent weniger als 2014. Dafür war hauptsächlich der Verkauf von *Zooplus*, einem Marktplatz für Tierprodukte, verantwortlich. Ohne diesen Effekt sei man minimal gewachsen, sagte Vorstandschef Paul-Bernhard Kallen Mitte März 2016. Immerhin habe man bei *Zooplus* das eingesetzte Kapital um den Faktor 16 vergrößern können.

Ungünstig hätten sich die Geschäfte seit 2012 in Russland, der Ukraine, Polen und der Türkei entwickelt. „Fast 20 Prozent unseres Gesamtumsatzes sind schlicht verpufft“, so Kallen. Deshalb habe man sich zu einem Strategiewechsel entschlossen: Statt mit Printprodukten in Osteuropa wollen man sich künftig nach Westen orientieren, und das hauptsächlich digital. Nordamerika, Großbritannien, Skandinavien und Frankreich seien die interessantesten Zielmärkte. „Dort ist das geopolitische Risiko sichtbar kleiner.“

Die Akquisitionen des *Burda*-Konzerns im ersten Quartal 2016 passen zu dieser Ausrichtung. Soweit bekannt, wanderten folgende Firmen ganz oder teilweise ins Portfolio:

- Der dänische Handarbeitsverlag *Jacobsen Publications* wurde vollständig übernommen.
- Die US-Schmuck-Handelsplattform *BaubleBar* durfte sich über ein Investment aus Offenburg freuen.
- *Kununu*, der österreichische Ableger der Burda-Tochter *Xing*, plant mit der US-Stellenbörse *Monster* eine Gemeinschaftsfirma zur Personalauswertung von Unternehmen in den USA.

Deutsches Medienkapital in Russland

Nach dem Zusammenbruch der Sowjetunion geriet – neben den ehemals sozialistischen Staaten Ost- und Südosteuropas – die Russische Föderation ins Blickfeld der deutscher Medieninvestoren. Der Zugriff war schwieriger, denn das Land gehört nicht zur „westlichen Wertegemeinschaft“, der Staat hat unkontrollierbare Medien nicht gerne. Dafür ist der Markt riesig. Mit „Burda Moden“ wurden russische Frauen schon seit 1987 beglückt, 2015 publiziert der Verlag etwa 60 Magazine (darunter „Playboy“). Um 2010 herum besaßen deutsche Konzerne in Russland ein beachtliches Portfolio, auch wenn sie nie eine Bedeutung wie in Tschechien, Ungarn oder auf dem Balkan erreichten. Die *RTL-Gruppe* (Bertelsmann) war bis 2013 an einem Fernsehsender („Ren TV“) beteiligt, *Springer* besaß sechs Zeitschriften und zwei Onlineportale, zur *WAZ-Gruppe* gehörten eine Zeitung und drei Magazinverlage. Sie alle haben ihre Medienbetriebe inzwischen verkauft. *Burda* plant den Ausstieg (siehe nebenan). Das russische Parlament hat 2014 ein Gesetz erlassen, das seit Anfang 2016 ausländische Beteiligungen an Medienbetrieben auf 20 Prozent beschränkt. Wie *Bauer* („Marktführer bei Frauenzeitschriften und *Yellow Press*“) damit umgeht, ist unklar. Von einem Management-Buy-out ist die Rede.

Zwei Personalrochaden sind bekannt geworden. Beim „Focus“ dürfen weitere Kolleginnen und Kollegen von München nach Berlin umziehen. Ein Teil ist schon 2014 versetzt worden, die zweite Welle soll im Frühjahr 2016 folgen. Dafür hat der Verlag vom Berliner Senat eine Fördersumme von 4,6 Millionen Euro bewilligt bekommen. Die ist zwar an die Schaffung von Arbeitsplätzen in Berlin gebunden, kann aber neben „Focus“ auch bei „weiteren Unternehmen“ von *Burda* erfolgen. Dem widerspricht der Umzug von „Harper’s Bazaar“ und „Elle“ aus Berlin nach München nur scheinbar. Die *Burda Hearst Publishing* GmbH will alle Aktivitäten in München konzentrieren. Wenn *Burda* mit Staatsgeld Arbeitsplätze von München nach Berlin verlagert, ist das eine Sache. Ein Umzug in die Gegenrichtung, verbunden mit Stellenabbau, eine andere.

Arbeitsplatzabbau mit staatlicher Förderung

Das Karrierenetzwerk *Xing*, an dem *Burda* mit 52,6 Prozent die Mehrheit hält, hat für 2015 einen Rekord bei den Neuanmeldungen erreicht. Es hat nunmehr 10,1 Millionen Mitglieder, davon 880.000 zahlende. Der Umsatz ist denn auch um 21 Prozent auf 123 Millionen Euro gewachsen; davon waren 73 Millionen Euro Abogebühren. Das EBITDA ist um 12,1 Prozent auf 17,6 Millionen größer geworden.

Wachstum bei Xing

Auch die Tochter *Tomorrow Focus* (*Burda*-Anteil 63,6 Prozent) hat 2015 den Umsatz um 4,3 Prozent auf 104,4 Millionen Euro steigern können. Das operative Ebitda ist allerdings von 17,8 auf 6,4 Millionen Euro eingebrochen. Dafür werden Abschreibungen und Wertminderungen verantwortlich gemacht, die bei einer Umstrukturierung des Unternehmens sichtbar geworden sind. *ToFo* ist 2015 durch den Verkauf und die Liquidierung von Tochterfirmen von einer Internetholding mit drei unterschiedlichen Segmenten zu einer Onlineplattform für Urlaubsangebote eingeschmolzen geworden. Dabei sind auch hohe Kosten durch Personalabbau und „Restrukturierung“ entstanden.

ToFo wurde umprofiliert und erzielte weniger Gewinn.

Funke-Mediengruppe GmbH & Co. KGaA

In der Essener Konzernzentrale hat man sich für die Thüringer Zeitungen („Thüringer Allgemeine“, „Ostthüringer Zeitung“ und „Thüringische Landeszeitung“) ein „Zukunftsprogramm“ ausgedacht. Mit „Umbau“ und Einsparungen soll geringeren Auflagen, niedrigeren Anzeigenerlösen und gestiegenen Kosten entgegengewirkt werden. Die Mantelredaktionen werden zusammengelegt, an überlappenden Standorten werden die Redaktionen fusioniert, die Werbevermarktung der drei Zeitungen wird mit der des Anzeigenblatts „Allgemeiner Anzeiger“ verschmolzen. Alles in allem werden 150 Arbeitsplätze gestrichen, davon 65 in den Redaktionen. Das entspricht zehn Prozent der gegenwärtigen Belegschaft und einem Drittel der Redakteure. Der Stellenabbau soll selbstverständlich „sozialverträglich“ erfolgen.

Radikale Einsparungen bei den Thüringer Zeitungen

Bei einer öffentlichen Diskussion sagte der frühere TA-Chefredakteur Sergej Lochthofen, dass der Grund für den Kahlschlag eine Umlage für die *Funke*-Zentralredaktion in Berlin sei. „Das ist ein schlechtes Geschäft: Zwei Millionen im Jahr zu zahlen für etwas, was hier eigentlich keiner will.“

Auch im Heimatland NRW wird fusioniert, bzw. es werden „Doppelstrukturen beseitigt“. Geschäftsstellen von Tageszeitungen und Anzeigenblättern werden zusammengelegt, sieben Filialen mit etwa 90 Beschäftigten werden geschlossen. In NRW gibt die *Funke-Gruppe* mehr als 70 Anzeigenblätter mit einer geprüften Gesamtauflage von 5,4 Millionen Exemplaren heraus.

Personalabbau in NRW

Zugemacht wird auch in Hamburg-Bergedorf. Dort hat die *Funke-Gruppe* 2013 vom *Springer-Konzern* u. a. die „Bergedorfer Zeitung“ gekauft. Nun sollen deren Satz und Druckvorstufe geschlossen und die Arbeiten nach Erfurt verlagert werden. Betroffen sind 40 Beschäftigte. Als Grund wird der Wegfall eines externen Großauftrags angeführt.

Funke schließt die Bergedorfer Druckerei.

Andere Medienunternehmen

Südwestdeutsche Medienholding GmbH

Der Stuttgarter Pressekonzern („Stuttgarter Zeitung“, „Stuttgarter Nachrichten“, „Süddeutsche Zeitung“, „Schwarzwälder Bote“ u. a.) hat 2014 seine Ertragslage deutlich verbessert, schreibt aber immer noch rote Zahlen. Der Bilanzverlust konnte von 71 Millionen Euro im Vorjahr auf 3,9 Millionen Euro verkleinert werden. Der Umsatz ist durch „marktbedingte Rückgänge im Werbemarkt“ von 871 auf 855 Millionen Euro geschrumpft. Die Vertriebserlöse konnten trotz gesunkener Auflagen durch Preiserhöhungen ausgeglichen werden. Hier ist die *SWMH* besonders großzügig: Das Jahresabo der „Stuttgarter Zeitung“ kostete 2008 noch 275 Euro, acht Jahre später 458 Euro, ein Zuwachs um zwei Drittel.

Weniger Verlust 2014 bei der SWMH

Die Verluste des Konzerns stammen nicht aus dem Zeitungsgeschäft, sie sind hauptsächlich eine Folge der 80-Prozent-Übernahme des *Süddeutschen Verlags* durch die *SWMH* 2003 und 2007. Dafür hat sie Schätzungen zufolge knapp 900 Millionen Euro bezahlt, größtenteils auf Pump. Darunter stöhnt der Konzern bis heute, denn die Zeitungskrise geht selbstverständlich auch an den Produkten der *SWMH* nicht vorbei.

Extreme Belastungen durch die Übernahme des Süddeutschen Verlags und durch finanzielle Garantien.

Ein anderer Faktor, der die Finanzlage verengt, sind Einkommensgarantien. Geschäftsführer Richard Rebmann bezieht ein für zehn Jahre unkündbares Jahresgehalt von 750.000 Euro. Die ehemaligen Eigentümer des 2007 von der *SWMH* übernommenen „Schwarzwälder Boten“ (darunter ebenfalls Rebmann) und des *Süddeutschen Verlags* bekommen pro Jahr 22 Millionen Euro Dividende ausbezahlt – völlig unabhängig vom Geschäftsverlauf.

Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH

Nach mehreren Jahren mit roten Zahlen war die *FAZ-Gruppe* eigenen Angaben zufolge 2015 wieder profitabel. Es wird ein Vorsteuergewinn von 13 Millionen Euro genannt. Zwei Jahre zuvor war noch ein Verlust von 18,3 Millionen Euro verbucht worden. Umsatzzahlen werden nicht veröffentlicht. Das Unternehmen finanziert sich selbst, nimmt keine Bankkredite in Anspruch.

FAZ-Gruppe mit 13 Millionen Vorsteuergewinn

Als Gründe für die Ertragswende werden „nachhaltig gesunkene Kosten“ bei stabilen Anzeigen- und Vertriebserlösen genannt. Damit ist ein Sparprogramm gemeint, dem rund 200 Stellen zum Opfer gefallen sind, davon 40 in der Redaktion. Außerdem sind 2015 die „weichen Auflagen“ (Bordexemplare, sonstiger Verkauf) der *FAZ* deutlich verringert worden.

Hintergrund: 200 Stellenstreichungen und andere Maßnahmen

Die Frankfurter Allgemeine bezeichnet sich als eine der erfolgreichsten digitalen Zeitungen in Deutschland. Die Tages- und die Sonntagszeitung verkaufen zusammen mehr als 56.000 ePapers, das entspricht zwölf Prozent der Gesamtauflage und elf Prozent des Umsatzes.

Die Schwesterzeitung „Frankfurter Neue Presse“ war 2015 ebenfalls profitabel. Selbst deren gemeinsame Tochterzeitung „Frankfurter Rundschau“, die 2013 insolvent geworden war und 2014 übernommen wurde, hat einen „kleinen Gewinn“ erzielt.

Die *FAZ-Gruppe* hat am 22. April 2016 die „Frankfurter Allgemeine Woche“, ein kompaktes Blatt vorwiegend für jüngere Leute, gestartet. Gedruckt, wohlgemerkt. Zusätzliches Personal wird dafür nicht eingestellt.

Die FAZ bringt eine neue gedruckte Zeitung für junge Leute heraus.

Das „neue publizistische Angebot“ wird mit folgenden Worten vorgestellt: „Das Magazin enthält die klassischen Ressorts. Ein Schwerpunkt wird die Berichterstattung aus Politik und Wirtschaft sein. Aber auch die großen Fragen, die Kultur, Wissenschaft und Gesellschaft bewegen, werden hier Woche für Woche präsentiert. Ein besonderes Augenmerk wird ressortübergreifend den Themen gelten, die eine jüngere Leserschaft interessieren. Die Gestaltung ist modern, klar gegliedert und lesefreundlich. Mehrere Kolumnen, Karikaturen, eine Reportage und eine große Bildseite lockern den Lesefluss auf. Auf der Meinungsseite erscheinen üblicherweise zwei Kommentare zu aktuellen Fragen.“

Amazon.com Inc.

Der US-Handelskonzern hat im vierten Quartal 2015 den höchsten Gewinn seiner Geschichte erzielt: 482 Millionen US-Dollar (423 Mio. Euro), mehr als doppelt so viel wie im Vorjahreszeitraum. Der Umsatz ist um 22 Prozent auf 35,7 Milliarden US-Dollar (31,3 Mrd. Euro) gewachsen. Fürs Gesamtjahr 2015 hat Amazon einen Umsatzzuwachs um 20 Prozent auf 107 Milliarden US-Dollar (94 Mrd. Euro) gemeldet, davon 71 Milliarden in den USA (plus 29 Prozent). Der operative Gewinn hat sich verzehnfacht – von 178 Millionen auf 2,2 Milliarden US-Dollar (1,9 Mrd. Euro), der Nettogewinn betrug 596 Millionen US-Dollar (523 Mio. Euro); 2014 hatte es 241 Millionen US-Dollar Verlust gegeben.

Amazon erzielte ein Rekordergebnis.

Der Umsatz des deutschen Geschäfts hat im vierten Quartal 2015 – bereinigt um Wechselkursschwankungen – um 18 Prozent zugenommen. Das war deutlich stärker als das außeramerikanische Geschäft insgesamt, das um zwölf Prozent zugelegt hatte. Das schlechte Medienimage *Amazons* und die hartnäckigen Streiks der dort Beschäftigten für bessere Arbeitsbedingungen interessieren das Käuferpublikum hierzulande offenbar kaum.

Umsatzzuwachs in Deutschland um 18 Prozent

Das Medien-Segment (Bücher, Filme, Spiele, Software) von *Amazon* ist in Nordamerika um elf Prozent und außerhalb (bereinigt) um fünf Prozent gewachsen. Dieses Geschäft verliert für den Konzern an Bedeutung.

Kontakt:

Cornelia Hass
Bereichsleiterin Medien und
Publizistik beim ver.di-
Bundesvorstand
10112 Berlin
E-Mail:
cornelia.hass@verdi.de

Dr. Gert Hautsch
Fachredakteur
60318 Frankfurt am
Main

V. i. S. d. P:

Frank Werneke
stellvertretender ver.di-Vorsitzender
Leiter Fachbereich Medien, Kunst und Industrie
Paula-Thiede-Ufer 10
10179 Berlin