

Die SWMH zahlt nicht

Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft April bis Juni 2016 Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

22. Juli 2016

Die meisten deutschen Medienkonzerne haben eine Rechtsform, die es ihnen weitgehend freistellt, welche Geschäftszahlen sie preisgeben. Nur Aktiengesellschaften müssen einen detaillierteren Bericht veröffentlichen (das betrifft z. B. *Bertelsmann*, *Springer* und *Sky*). Ansonsten gibt es nur freiwillige Mitteilungen (*Burda*, *Bauer*, *VG von Holtzbrinck*) oder die sehr verspäteten Jahresabschlüsse im Bundesanzeiger (*Funke*, *SWMH*, *Madsack*). Von den zehn größten deutschen Medienunternehmen haben sieben für das Jahr 2015 Umsatzzahlen genannt.

Rangliste der zehn größten deutschen Medienunternehmen

Die größten deutschen Medienunternehmen¹⁾, Umsatz in Milliarden Euro

	2007	2011	2013	2014	2015
1. Bertelsmann	16,2	15,4	16,4	16,8	17,1
2. Axel Springer	2,6	3,2	2,8	3,0	3,3
3. ProSiebenSat.1 Media	2,7	2,2	2,6	2,9	3,3
4. Hubert Burda Media	1,7	2,2	2,6	2,5	2,2
5. Bauer Media Group	1,8	2,0	2,3	2,3	-
6. VG von Holtzbrinck	2,5	2,2	1,8	1,7	1,9 ²⁾
7. Sky Deutschland ³⁾	1,0	1,1	1,6	1,7	1,8
8. Funke-/WAZ-Gruppe	1,7	1,1	0,9	1,2	-
9. Südwestdt. Medienholding	0,3	1,0	0,9	0,9	0,9
10. Dt. Sparkassenverlag	0,7	0,8	0,8	0,9	0,8

¹⁾ ohne öffentlich-rechtliche Anstalten

²⁾ Schätzung

³⁾ Geschäftsjahr 1. 7. - 30. 6.

Quelle: Eigene Recherchen im Bundesanzeiger und in Medienberichten

Es fällt auf, dass *ProSiebenSat.1* mit *Axel Springer* gleichgezogen hat. Im laufenden Jahr dürfte der Berliner Konzern von den Münchnern überholt werden. *Burda* ist durch den Verkauf von Unternehmensteilen (*Zooplus* u. a.) geschrumpft und vermutlich von *Bauer* auf Platz Fünf verdrängt worden (wofür aber noch keine Bestätigung vorliegt).

P7S1 ist schneller gewachsen als *Springer*.

Die Mediaagentur *ZenithOptimedia* veröffentlicht jährlich eine Übersicht zu den größten Medienkonzernen der Erde. Dabei werden Medienumsätze als die Gesamterlöse aus Geschäftsfeldern, die Werbung unterstützen, definiert – wie zum Beispiel TV-Werbung, Zeitungsverlage, Internetsuche, soziale Medien etc. Darin sind neben Werbeumsätzen auch von diesen Geschäftsfeldern generierte Umsätze, wie Vertriebs Erlöse von Zeitun-

gen oder Magazinen enthalten. *Apple* wird in der Rangliste nicht aufgeführt, *Bertelsmann* rangiert auf Platz 6 (Vj. Platz 7).

Medienumsätze der 15 größten Medienkonzerne der Erde

	Land	Umsatz (Mrd. US-Dollar)		
		2012/13	2013/14	2014/15
1. Alphabet (Google)	USA	43,7	51,1	59,6
2. Walt Disney	USA	20,3	21,4	22,5
3. Comcast	USA	18,5	17,8	19,7
4. 21st Century Fox	USA	15,5	17,6	18,7
5. Facebook	USA	4,3	7,0	11,5
6. Bertelsmann	D	10,9	10,4	10,1
7. Viacom	USA	9,2	9,1	9,6
8. CBS	USA	10,4	11,0	9,6
9. Baidu	VRC	3,6	5,2	7,9
10. News Corp	USA	7,4	6,9	7,1
11. Advance Publications	USA	6,8	6,6	6,4
12. iHeartMedia	USA	6,0	6,1	6,1
13. Discovery	USA	4,4	5,4	6,1
14. Grupo Globo	BR	-	4,4	4,8
15. Yahoo	USA	-	4,7	4,6

Quelle: ZenithOptimedia, Top Thirty Global Media Owners, 11. 5. 2015 und 1. 6. 2016

Bertelsmann SE & Co. KGaA

Deutschlands größter Medienkonzern veröffentlicht für das erste und dritte Quartal eines Geschäftsjahrs jeweils nur magere Zahlen. In den ersten drei Monaten 2016 ist der Umsatz um 3,6 Prozent auf knapp vier Milliarden Euro gewachsen, während die Belegschaft weltweit um 1,4 Prozent kleiner geworden ist. Die Profitentwicklung bietet dem Vorstand Grund für großes Eigenlob: Der bereinigte Gewinn vor Zinsen und Steuern (Ebit) hat um 40,7 Prozent zugenommen, der Nettoprofit (Konzerngewinn) um fast 30 Prozent. Auch die Investitionen sind kräftig gewachsen: von 205 auf 290 Millionen Euro.

30 Prozent plus beim Nettogewinn im ersten Quartal 2016

Bertelsmann-Wirtschaftszahlen im ersten Quartal (in Millionen Euro)

	2014	2015	2016	2016/15 (%)
Umsatz	3.900	3.917	3.950	+ 3,6
EBIT (operational)	434	463	500	+ 8,0
EBIT (um Sondereinflüsse bereinigt)	257	241	339	+ 40,7
Konzerngewinn	106	143	185	+ 29,4
Investitionen	275	205	290	+ 41,5
Wirtschaftliche Schulden ¹⁾	.	5.609	5.665	+ 1,0
Beschäftigte	112.037	118.915	117.249	- 1,4

¹⁾ einschließlich Pensionsrückstellungen und Genusskapital

Quelle: Pressemitteilung der Bertelsmann SE, 7. 5. 2015 und 11. 5. 2016

Zu den einzelnen Geschäftsbereichen werden fürs erste Quartal grundsätzlich keine Zahlen veröffentlicht. Nur die *RTL-Group* (Bertelsmann-Anteil 75,1 Prozent) muss als börsennotiertes Unternehmen einen eigenen Bericht abgeben. Ihr Konzernumsatz ist um 9,5 Prozent auf 1.432 Millionen Euro gestiegen, der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Ebita) hat um 18 Prozent auf 229 Millionen Euro zugenommen. Die positive Entwicklung gehe auf höhere Umsatzbeiträge und Gewinne der *Mediengruppe RTL Deutschland*, der Unterhaltungssparte *Fremantle Media* und der Digitalgeschäfte zurück. Der RTL-Nettogewinn lag mit 138 Millionen Euro um 30,2 Prozent über dem ersten Quartal 2015. Einmal mehr zeigt sich, wie stark der *Bertelsmann*-Konzern vom Erfolg des Fernsehgeschäfts abhängig ist.

Die RTL-Gruppe bleibt Bertelsmanns Melkkuh.

Um dies zu verändern, hat Anfang Juni 2016 der Vorstandsvorsitzende Thomas Rabe eine Strategie für die kommenden Jahre skizziert. *Bertelsmann* hat seit kurzem acht Geschäftsbereiche: *RTL-Group* (Fernsehen, Entertainment), *Penguin Random House* (Literatur), *Gruner+Jahr* (Presse), *Music Group* (Musik), *Arvato* (Dienstleistungen), *Printing Group* (Druck), *Education Group* (Bildung) und *Investments* (Startups und Fonds). Dadurch sollen neue wachstumsintensive Geschäftsfelder (Musik, Bildung) gestärkt werden. Die Strategie für die Zukunft umfasst vier Stoßrichtungen: Stärkung der Kerngeschäfte, deren digitale Transformation, Auf- und Ausbau von Wachstumsplattformen sowie Expansion in die Wachstumsregionen Brasilien, China und Indien.

Neue Konzernstruktur mit acht Geschäftsbereichen

Auf dem angestrebten Weg sei man gut voran gekommen, meinte Rabe. Der Anteil wachstumsintensiver Geschäfte am Umsatz sei seit 2011 von 20 auf 28 Prozent gestiegen. Der Anteil soll mittelfristig 40 Prozent erreichen. Gleichzeitig habe man den Anteil strukturell rückläufiger Branchen (z. B. Druck) von 16 auf fünf Prozent verringert. In den vergangenen fünf Jahren seien bei *Bertelsmann* mehr als drei Milliarden Euro in Digital- und Wachstumsgeschäfte investiert worden. „Langfristig“ strebt man einen Konzernumsatz von 20 Milliarden Euro und einen operativen Gewinn Ebitda-Gewinn von drei Milliarden Euro an (2015: 17 Milliarden bzw. 2,5 Milliarden Euro).

Drei Milliarden Investitionen in Digital- und Wachstumsmärkte

Auf dem Weg dorthin hat es im zweiten Quartal 2016 wieder diverse Übernahmen und Beteiligungen, aber auch Verkäufe gegeben:

- In Indien wurde ein niedriger zweistelliger Millionenbetrag in das Mode-Sozialnetzwerk „Roposo“ investiert.
- *Gruner+Jahr* hat das Onlineportal „vorname.com“ übernommen.
- *Gruner+Jahr* hat den französischen Videospezialisten *Groupe Cerise* übernommen und damit nach eigenen Angaben die dortige Marktführerschaft erworben.
- Die RTL-Tochter *Fremantle Media* hat sich 25 Prozent an der britischen Produktionsgesellschaft *Wild Blue Media* gesichert.
- Die holländische Tochter *RTL Nederland* hat einen Minderheitsanteil der dortigen Gesundheitsplattform *Heilzaam BV* erworben.
- *Bertelsmann* hat sich als Hauptinvestor an dem indischen Online-Kreditvermittler *Lendingkart* beteiligt.
- *Gruner+Jahr* hat zusammen mit dem *Landwirtschaftsverlag* in Münster ein 50/50-Gemeinschaftsunternehmen *Deutsche Medien-Manufaktur* gegründet. Beide Verlage bringen mehrere große Zeitschriften (u. a. „Essen & Trinken“, „Landlust“) dort ein.

Übernahmen, Beteiligungen und Verkäufe im ersten Quartal

- Mitte Juni 2016 hat *Gruner+Jahr* seinen 56-Prozent-Anteil an der österreichischen *Verlagsgruppe News* an deren bisherigen Geschäftsführer Horst Pirker verkauft. Der geschätzte Kaufpreis von 90 Millionen Euro war eher symbolischer Natur, denn *G+J* hatte im Frühjahr 2016 zum Ausgleich von Verlusten Kapital in zweistelliger Millionenhöhe nachschießen müssen.
- *Random House Deutschland* hat den christlichen Buch- und Musikverlag *Gerth* an die Stiftung *SCM* verkauft.
- Die internationale Buchgruppe *Penguin Random House* hat ihr Reiseführer-Programm an die US-Firma *Internet Brands* verkauft.

Zum Jahresbeginn 2017 wird *Bertelsmann* seine Vermarktungsfirmen *IP Deutschland* (RTL-Group) und *G+J eMS* (Gruner+Jahr) zur *AdAlliance* verschmelzen, die dann auf einen Umsatz von deutlich über zwei Milliarden Euro kommen soll. Der Konzern verspricht sich davon mehr Marktmacht im Werbegeschäft. Das erklärte Ziel ist es, den Abstand zu *Google* (ca. drei Milliarden Euro Werbeumsatz in Deutschland) zu verkleinern. Beobachter gehen davon aus, dass im Zuge der Verschmelzung „die Strukturen verschlankt“ werden.

Bertelsmann schafft sich einen gemeinsamen Vermarkter.

ProSiebenSat.1 Media Group SE

Beim Münchner Fernseh- und Unterhaltungskonzern gab es glänzende Augen: Im ersten Quartal 2016 ist der Umsatz um 22 Prozent nach oben geschneit, weshalb sich das Unternehmen auf Platz zwei unter den deutschen Medienkonzernen geschoben hat. Dabei spielten die Akquisitionen von *etraveli*, *Verivox* und *Collective Digital Studio* eine bedeutende Rolle. Der operative Gewinn (Ebitda) hat um zwölf Prozent auf 170 Millionen Euro zugenommen. Unterm Strich blieben 76 Millionen Euro als Konzernüberschuss hängen, acht Prozent mehr als im Vorjahr.

Umsatzzuwachs bei P7S1 um 22 Prozent

Wirtschaftszahlen¹⁾ der ProSiebenSat.1 Media SE im ersten Quartal (in Millionen Euro)

	2014	2015	2016	2016/15 (%)
Außenumsatz	581,1	654,6	802	+ 22
- Fernsehen	449,2	470,8	493	+ 5
- Digital und Angrenzendes	105,9	138,2	242	+ 75
- Produktion, Vertrieb etc.	26,0	45,6	63	+ 38
Bereinigtes EBITDA	140,1	152,7	170	+ 12
- Fernsehen	119,8	125,8	131	+ 4
- Digital und Angrenzendes	23,8	26,8	35	+ 29
- Produktion, Vertrieb etc.	- 2,5	0,7	5	> 100
EBITDA	135,9	145,9	162	+ 11
Konzernüberschuss ²⁾	49,0	61,1	66	+ 9
- bereinigt	55,7	69,9	76	+ 8
Nettofinanzschulden	1.592,3	1.940	1.953	+ 1
Beschäftigte	3.654	4.256	5.713	+ 33

¹⁾ auf der Basis fortgeführter Aktivitäten ²⁾ nach Anteilen anderer Gesellschafter

Quelle: Quartalsfinanzberichte der ProSiebenSat.1 Media SE, 7. 5. 2015, und 3. 5. 2016;

Schon 43 Prozent aller Umsätze stammen von außerhalb des Fernsehgeschäfts, beim Ebitda sind es allerdings nur 24 Prozent. Es ist das strategische Ziel des Managements unter Thomas Ebeling, die Abhängigkeit von diesem unsicheren Markt zu verkleinern. Bis 2018 soll der Anteil der Nicht-TV-Umsätze auf 50 Prozent gesteigert werden.

Schon 43 Prozent des Umsatzes stammen von außerhalb des Fernsehens.

Das werbefinanzierte Fernsehgeschäft ist im ersten Quartal 2016 durch die gute Konjunktur und das frühe Osterfest beflügelt worden, aber auch die Vertriebs Erlöse im Bezahlfernsehen wurden erhöht. Die Zahl der kostenpflichtigen HD-Abonnements ist um 16 Prozent auf 6,5 Millionen gestiegen.

Beim Segment *Digital & Adjacent* (Angrenzendes) war das „Ventures- & Commerce“-Geschäft der stärkste Umsatztreiber. Der Konzern hat es mit den Zukäufen der beiden E-Commerce-Portale *etraveli* und *Verivox* ausgebaut.

Beim *Digital Entertainment* hätten sich die Umsätze der hauseigenen Streaming-Plattform *Maxdome* dynamisch entwickelt, heißt es. Zahlen nennt P7S1 hier wohlweislich nicht. *Maxdome* wurde zwar gerade mal wieder aufwändig neu gestaltet und mit eigener Redaktion ausgestattet (und will demnächst eine eigene Filmserie produzieren lassen), die internationale Konkurrenz von *Netflix* und *Amazon Prime* ist im Streaming-Markt aber geradezu übermächtig geworden.

Axel Springer SE

Der Konzernumsatz bei *Springer* ist im ersten Quartal 2016 nur um 0,4 Prozent gewachsen und hat 783 Millionen Euro betragen. Das bedeutet, dass der Berliner Verlagskonzern in der Rangfolge der deutschen Medienunternehmen von *ProSiebenSat.1* überholt worden und auf Platz drei gerutscht ist. Darin zeigt sich aber keine Stagnation beim Geschäft, sondern ein unternehmenspolitisches Manöver: Zum Jahresbeginn wird die Ausgliederung von *Springers* Medienangeboten in der Schweiz wirksam. Sie gingen in ein Gemeinschaftsunternehmen über, das sich Springer mit dem Züricher *Ringier-Konzern* zu je 50 Prozent teilt. Dadurch werden sie nicht mehr von *Springers* Geschäftsabschluss erfasst. Bereinigt um solche Effekte ist der Konzernumsatz um 4,6 Prozent gewachsen. Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Ebitda) ist mit 5,2 Prozent noch etwas stärker gestiegen.

Der Umsatz ist bereinigt um 4,6 Prozent gewachsen.

Der Deal mit *Ringier* hat dem Konzern sogar eine Sondereinnahme von 93 Millionen Euro gebracht. Darüber hinaus hat *Springer* von der *Funke-Gruppe* 260 Millionen Euro überwiesen bekommen. Damit wurde ein Kredit zurückgezahlt, den der Essener Konzern zur Finanzierung der Übernahme von *Springers* Zeitungen und Zeitschriften im Jahr 2014 brauchte. Aus diesen Sondereinnahmen erklärt es sich, dass sich der Nettoprofit (Konzernüberschuss) mehr als verdoppelt hat. Bereinigt hat er immer noch um 13,3 Prozent zugenommen.

Sondereinnahmen von mehr als 350 Millionen im ersten Quartal

Wirtschaftszahlen der Axel Springer SE im ersten Quartal (Millionen Euro)

	2014	2015	2016	2016/15 (%)
Umsatz	692,3	780,6	783,4	+ 0,4
- Werbung	406,2	483,3	527,0	+ 9,0
- Ausland	296,7	370,3	373,3	+ 0,8
- Bezahlangebote	353,8	360,7	340,8	- 5,5
- Vermarktungsangebote	188,9	219,0	210,5	- 3,9
- Rubrikenangebote	111,2	176,2	212,9	+ 20,9
- Services/Holding	38,4	24,7	19,2	- 22,2
Betriebsergebnis (Ebitda)	118,4	119,8	125,9	+ 5,2
- Bezahlangebote	57,3	43,5	37,1	- 14,7
- Vermarktungsangebote	26,4	22,1	19,5	- 11,7
- Rubrikenangebote	48,2	70,2	83,2	+ 18,4
- Services/Holding	- 13,6	- 16,0	- 13,8	-
Überschuss	65,6	43,0	209,4	> 100
Überschuss bereinigt	61,6	57,6	65,3	+ 13,3
Nettoverschuldung	667,8	662,2	902,4	+ 36,3
Beschäftigte (Durchschnitt)	13.085	14.595	14.886	+ 2,0

Quelle: Quartalsmitteilung und Konzernkennzahlen der Axel Springer SE, 31. 5. 2016

Die „Bezahlangebote“ (das sind vor allem die journalistischen Aktivitäten) machen zwar 43,5 Prozent des Umsatzes, aber nur 29,5 Prozent des Gewinns im Konzern aus. Dieser Bereich schrumpft, obwohl das Management unter Mathias Döpfner viel unternimmt, um das Verlagsgeschäft zu stärken. Auch die „Vermarktungsangebote“ (Werbung aller Art) hat Umsatz und Gewinn verloren. Einziger Wachstumstreiber sind die „Rubrikenangebote“, d. h. die medienfernen Verkaufs- und Vergleichsplattformen für Immobilien, Arbeitsplätze usw. Von hier kommen zwei Drittel des Gewinns.

Springers Wachstumstreiber sind die „Rubrikenangebote“.

Auf diesem Gebiet finden die meisten Akquisitionen statt – auch im zweiten Quartal 2016:

- Die *@Leisure Group*, eine Springer-Tochter, hat die Mehrheit an der *Traum-Ferienwohnungen GmbH* erworben. Diese betreibt die gleichnamige Webseite zur Vermittlung von Ferienimmobilien.
- Die *@Leisure Group* hat außerdem das dänische Ferienhausportal *Land & Leisure* gekauft. Dafür gab Springer 62 Millionen Euro aus.
- Der größte Deal im zweiten Quartal war die Übernahme des US-Marktforschers *eMarketer*. Für die 93 Prozent wurden umgerechnet 213 Millionen Euro bezahlt.

Übernahmen, Beteiligungen und Verkäufe im ersten Quartal

Springer hat auch Beteiligungen abgestoßen:

- Der Mehrheitsanteil an *Smarthouse Media*, einem Entwickler von Finanz-Webseiten, ist an *Adesso* verkauft worden.
- *Springers* Zeitschriftenvertrieb *ASVS* ging an den *DPV*, die Vertriebstochter von *Gruner+Jahr* (siehe Teil 1 dieses Berichts, Seite 15).

Beim Wettbieten um die Übertragungsrechte für die Fußballbundesliga im Juni 2016 war *Springer* nicht erfolgreich. Derzeit sind auf „bild.de“ kurze Ausschnitte aus den Spielen zu sehen. Das hätte man in der kommenden Saison gerne beibehalten. Bei der Neuvergabe hatte die *Deutsche Fußball-Liga* aber offenbar Forderungen gestellt, die *Springer* nicht bezahlen wollte. Einzelheiten wurden nicht bekannt.

Die Fußballbundesliga war Springer zu teuer.

Andere Medienunternehmen

Südwestdeutsche Medienholding GmbH

Der Stuttgarter Pressekonzern hatte im März 2016 seine Geschäftszahlen für 2014 im Bundesanzeiger veröffentlicht (QB 1/16-2, S. 11). Der Umsatz war von 871 auf 855 Millionen Euro gesunken, der Bilanzverlust vor Steuern konnte von 73,1 auf 5,4 Millionen Euro verringert werden. Das Magazin „kress pro“ hat nun in seiner Juni-Ausgabe interne Zahlen für 2015 genannt, denen zufolge sich die Entwicklung erneut verschlechtert hat. Der Umsatz sei zwar nur leicht auf 852 Millionen Euro gesunken, der Verlust vor Steuern aber sei wieder auf 14,1 Millionen Euro angewachsen.

Die wirtschaftliche Lage bei der SWMH scheint problematisch zu sein.

Schuld am negativen Ergebnis seien die Folgekosten der Übernahme des *Süddeutschen Verlags* („Süddeutsche Zeitung“, *Zeitungsgruppe Hof-Coburg-Suhl*, *Fachverlagsgruppe Hüthig*) 2003 und 2007 – größtenteils „auf Pump“. Dieser Deal war mit knapp 900 Millionen Euro aus heutiger Sicht übersteuert. Das operative Geschäft der SWMH laufe nämlich nicht schlecht, so „kress“, der Ebitda-Gewinn 2015 habe 88 Millionen Euro betragen. Die „Süddeutsche Zeitung“ allein habe 313 Millionen Euro Umsatz und 34 Millionen Euro Ebitda erwirtschaftet, die *Medienholding Süd* („Stuttgarter Zeitung“, „Stuttgarter Nachrichten“, „Schwarzwälder Bote“) 297 bzw. 32 Millionen Euro, die *Zeitungsgruppe Hof-Coburg-Suhl* 79 bzw. 8 Millionen Euro und die *Hüthig-Fachgruppe* 166 bzw. 22 Millionen Euro.

Der Konzern leidet unter dem übersteuerten Kauf des Süddeutschen Verlags 2003 und 2007.

Im Juni 2016 schob der „Focus“ die Mitteilung nach, dass die SWMH das Darlehen für den Kauf des *Süddeutschen Verlags* bis auf Weiteres nicht tilgen könne. Die Banken – hauptsächlich die Landesbank Baden-Württemberg – verlangten den Verkauf von Unternehmensteilen, um die SWMH wieder liquide zu machen. Weil man das in Stuttgart aber unbedingt vermeiden wolle, müsse nachverhandelt werden.

Die SWMH kann ihre Schulden nicht bedienen.

Zu den Anteilseignern der SWMH zählen mit je 47,54 Prozent die Ludwigshafener *Medien-Union* der Verlegerfamilie Schaub und die *Gruppe Württembergischer Verleger*, bei der Eberhard Ebner („Südwest-Presse“ Ulm) „Haupteigner“ ist. Sie müssen für die kommenden drei Jahre auf Dividenden verzichten, schrieb der „Focus“. Die Anteilseigner haben jüngst schon 100 Millionen Euro Gesellschafterdarlehen eingeschossen und müssen das womöglich wiederholen.

Mediengruppe M. DuMont Schauberg GmbH & Co. KG

Einem Bericht des „Manager Magazins“ (Heft 6/2016) zufolge befindet sich der Kölner Traditionsverlag in Turbulenzen. Umsatz, Gewinne und Auflagen sinken, die Schulden drücken, heißt es. Die Unternehmensberatung *KPMG* habe den Wert des Unternehmens für 2014 auf unter 100 Millionen Euro beziffert; zwei Jahre zuvor seien es noch 130 Millionen gewesen. Die Hauptursache für den Abstieg sehen die Analysten in den Übernahmen der Jahre 2006 („Frankfurter Rundschau“) und 2009 („Berliner Zeitung“, „Hamburger Morgenpost“ u. a.). Damit habe man sich verhoben. Angeblich gibt es Pläne für einen Teilverkauf; die *Funke-Gruppe* sei interessiert.

Widersprüchliche Berichte über die Lage bei DuMont

Solchen Meldungen widersprechen allerdings die Anfang Juli 2016 bekannt gewordenen Geschäftszahlen für 2015. Nicht nur der Konzernumsatz ist um sieben auf 546 Millionen Euro gestiegen, auch der Gewinn hat von 4,9 auf 10,3 Millionen Euro zugenommen. Die Eigenkapitalquote hat sich von elf auf 14 Prozent verbessert und die Belegschaft wuchs von 3.267 auf 3.376.

Zu schlechter Letzt ...

Unter den Superreichen, die das US-Wirtschaftsmagazin „Forbes“ im Mai 2016 aufgelistet hat, finden sich auch etliche deutsche Medienunternehmer/-innen – wengleich eher auf den hinteren Plätzen. Die Verfasser der Studie listen alle Personen (ausgenommen: Diktatoren und Angehörige von Königshäusern) auf, deren kalkuliertes Gesamtvermögen eine Milliarde US-Dollar (890 Millionen Euro) übersteigt. Die deutschen Namen aus der Medienwirtschaft sind folgende:

Platz 358: Ralph Dommermuth, *United Internet AG* (4,2 Mrd. \$)

Platz 477: Liz Mohn, *Bertelsmann SE & Co. KGaA* (3,4 Mrd. \$)

Platz 477: Friede Springer, *Axel Springer SE* (3,4 Mrd. \$)

Platz 666: Yvonne Bauer, *Bauer Media KG* (2,6 Mrd. \$)

Platz 810: Hubert Burda, *Hubert Burda Media KG* (2,2 Mrd. \$)

Platz 1275: Dieter Schaub, *Medien Union GmbH* (1,4 Mrd. \$)

Platz 1476: Stefan von Holtzbrinck, *VG von Holtzbrinck* (1,2 Mrd. \$)

Platz 1476: Monika Schoeller, *VG von Holtzbrinck* (1,2 Mrd. \$)

Kontakt:

Cornelia Haß
Bereichsleiterin Medien und
Publizistik beim ver.di-
Bundesvorstand
10112 Berlin
cornelia.hass@verdi.de

Dr. Gert Hautsch
Fachredakteur
60318 Frankfurt am Main

V. i. S. d. P:

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