

Der neue Riese von der Ruhr

Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft Juli bis September 2013 Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

21. Oktober 2013

Das Jahr 2013 könnte einen Rekord bei Übernahmen und Beteiligungen an Medienunternehmen bringen – nicht unbedingt bei der Anzahl der Fälle, wohl aber beim Umfang der bewegten Kapitalsummen. In den vier Monaten Juli bis September sind allein mit den folgenden sechs Vorgängen rund 30 Milliarden Euro bewegt worden:

Mega-Deals im Sommer und Herbst 2013 in mehreren Medienbranchen

- Juni: Der Finanzinvestor *BC Partners* hat den Fachverlagskonzern *Springer SBM* gekauft (3,1 Milliarden Euro)
- Juli: *Bertelsmann* und *Pearson* haben ihre Belletristikkonzerne *Random House* und *Penguin Books* verschmolzen (2,7 Milliarden Euro)
- Juli: Die *Funke-Gruppe* hat Zeitungen und Zeitschriften von *Axel Springer* gekauft (920 Millionen Euro); das Geschäft steht noch unter Kartellvorbehalt.
- September: Der Mobilfunkkonzern *E-Plus* übernimmt den Konkurrenten *Telefónica Deutschland (O2)* für 8,6 Milliarden Euro. Damit entsteht ein neuer Riese nicht nur im Handygeschäft, sondern auch bei Werbeagenturen und Vermarktern. Dieses Geschäft steht ebenfalls noch unter Kartellvorbehalt.
- September: *Vodafone* hat den Kabel- und Telekommunikationsanbieter *Kabel Deutschland* gekauft, der unter anderem auch Bezahlfernsehen anbietet (10,7 Milliarden Euro).
- Zweite Jahreshälfte: Die Eigentümer von *ProSiebenSat.1 Media* – *KKR*, *Permira* und *Telegraaf* – verkaufen ihre Anteile über die Börse. Bis Ende 2013 wollen sie damit rund vier Milliarden Euro eingenommen haben.

Auch auf dem internationalen Parkett hat es mehrere Superdeals gegeben. So kaufte *Liberty Global* (in Deutschland Eigentümer u. a. von *Unitymedia* und *Kabel BW*) für 17,4 Milliarden Euro *Virgin Media*, *Comcast* hat 12,7 Milliarden Euro für 49 Prozent von *NBC Universal* bezahlt und *Verizon* übernahm von *Vodafone* für rund 100 Milliarden Euro dessen 45-Prozent-Anteil an *Verizon Wireless*. Auch die geplante Fusion der Werbeholdings *Omnicom* und *Publicis* zum größten Mediakonzern weltweit gehört hierher; sie umfasst ein Volumen von 27 Milliarden Euro. Die Vorgänge zeugen da-

von, dass den Erwerbern gewaltige Finanzmittel zur Verfügung stehen und dass sie Investitionen ins Mediengeschäft für lohnenswert halten. Die Geschäftszahlen der führenden deutschen Medienkonzerne für das erste Halbjahr 2013 (soweit veröffentlicht) zeigen ein ähnliches Bild.

Bertelsmann SE & Co. KGaA

Wie kaum anders zu erwarten, hat sich das Management von *Bertelsmann* mit dem ersten Halbjahr 2013 „zufrieden“ gezeigt. Zwar ist der Umsatz um 1,9 Prozent zurückgegangen, beim Gewinn aber zeigen die Trends nach oben. Das operative Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) hat um 5,2 Prozent (bereinigt um 14,2 Prozent) zugelegt, der Nettoprofit sogar um fast 20 Prozent.

Die RTL-Gruppe hat einmal mehr Bertelsmanns Profit gesichert.

Einmal mehr war es die *RTL-Gruppe*, die mit einem um 9,4 Prozent gesteigerten Gewinn die Bilanz gerettet hat. Mehr als 70 Prozent des operativen Gewinns kommen von ihr. Der Erfolg stammt in erster Linie aus dem deutschsprachigen Markt; in den anderen europäischen Ländern haben die Sender mit stark schrumpfenden Werbemärkten zu kämpfen. Die Gruppe betreibt 53 Fernseh- und 28 Radiostationen in neun Ländern Europas und seit Ende 2012 in Indien.

Wirtschaftszahlen¹⁾ des Bertelsmann-Konzerns im ersten Halbjahr (in Millionen Euro)

	2011	2012	2013	+/- Prozent
Umsatz	7.209	7.572	7.431	- 1,9
- RTL-Gruppe (Fernsehen)	2.751	2.819	2.779	- 1,4
- Arvato (Technik, Dienstleistungen)	1.954	2.092	2.123	+ 1,5
- Gruner+Jahr (Presse)	1.113	1.111	1.025	- 7,7
- Random House (Bücher)	787	947	915	- 3,4
- Be Printers	573	565	512	- 9,4
- Corporate Investments	214	227	250	+ 10,1
- Corporate Center/Konsolidierung	- 183	- 184	- 173	-
EBIT (operational)	739	730	768	+ 5,2
- RTL-Gruppe (Fernsehen)	545	498	545	+ 9,4
- Arvato (Technik, Dienstleistungen)	80	88	84	- 4,6
- Gruner+Jahr (Presse)	124	85	86	+ 1,2
- Random House (Bücher)	69	113	117	+ 3,5
- Corporate Investments	- 58	- 27	- 27	-
- Corporate Center/Konsolidierung	- 35	- 42	- 40	-
EBIT (um Sondereinflüsse bereinigt)	679	711	812	+ 14,2
Konzerngewinn/-verlust	269	350	419	+ 19,7
Investitionen	352	299	930	> 100
Nettofinanzschulden ¹⁾	1.809	1.987	1.440	- 27,5
Beschäftigte	102.752	104.286	104.348	+ 0,1

¹⁾ Zuzüglich wirtschaftliche Schulden (Pensionsrückstellungen, Genusskapital u. a.) von etwa 3,5 Milliarden Euro.

Quelle: Pressemitteilung von Bertelsmann, 30. 8. 2013

Im August 2013 hat die *RTL-Gruppe* eine Sonderdividende von 387 Millionen Euro ausgeschüttet; 296 Millionen davon gingen an *Bertelsmann*. Bis vor kurzem wäre der Anteil noch höher gewesen, aber *Bertelsmann* hat seinen Anteil an der *RTL-Gruppe* von 92,2 auf 75,1 Prozent verringert.

Bertelsmann hat RTL-Anteile verkauft.

Neben der *RTL-Gruppe* war im ersten Halbjahr 2013 auch die Buchsparte *Random House* erfolgreich. Der Umsatz ist hier zwar um 3,4 Prozent gesunken (weil es keinen Nachfolger für die Super-Bestseller „Shades of Grey“ gegeben hat), der operative Gewinn stieg aber um 3,4 Prozent. Bei *Random House* gibt es künftig Veränderungen: Die Sparte ist zum 1. Juli 2013 mit der englischen Verlagsgruppe *Penguin Books* vereinigt worden (QB 4/12-2, S. 2). An der neuen Firma besitzt Bertelsmann 53 Prozent. Die deutsche Verlagsgruppe ist davon allerdings nicht erfasst; sie agiert weiterhin selbstständig. In Deutschland habe man „ein außergewöhnlich erfolgreiches erstes Halbjahr“ hinter sich, hieß es. Mit E-Büchern würden hierzulande schon mehr als zehn Prozent des Umsatzes erzielt.

Random House wurde mit Penguin Books verschmolzen.

In Deutschland „außergewöhnlich erfolgreich“.

Die Pressesparte *Gruener+Jahr* (*Bertelsmann* hält 74,9 Prozent) hat unter der neuen Vorstandsvorsitzenden Julia Jäkel ein durchwachsendes erstes Halbjahr bestritten. Der Umsatz ist um 7,7 Prozent geschrumpft (u. a. weil die Wirtschaftsmedien liquidiert oder verkauft worden sind), der operative Gewinn stieg hingegen leicht um 1,2 Prozent. Im Geschäftsjahr 2012 hatte der Verlag einen Verlust von elf Millionen Euro erlitten. Die Anzeigenerlöse waren in den meisten Ländern, in denen *Gruener+Jahr* aktiv ist, rückläufig; nur in Deutschland und Frankreich hat es Zuwächse gegeben. Das Deutschlandgeschäft sei „insgesamt positiv“ verlaufen.

Gruener+Jahr wird wieder einmal umstrukturiert.

Julia Jäkel hat angekündigt, dass sie G+J in „ein modernes, deutlich digitaleres Inhaltehaus“ umwandeln wolle. Was damit gemeint ist, wurde Anfang September 2013 bekanntgegeben. Das Zauberwort heißt wie so oft Reorganisation. Die bisherigen Verlagsgruppen werden abgeschafft, stattdessen wird es acht „Communities of Interest“ geben. Jede davon soll Print, Digitales und Nebengeschäfte (einschließlich E-Handel) für ein bestimmtes Thema (z. B. „Women“) zusammenfassen. Geführt werden sie von einem „Publisher“ und einem „Business Digital Director“, für die Inhalte bleiben die Chefredakteure verantwortlich. Was das konkret bedeuten kann, haben die Beschäftigten von G+J in München erfahren: Die dortigen Redaktionen („Neon“, „Eltern“, „Living at Home“ u. a.), der Verlag *Entertainment Media* und andere Konzernteile werden Mitte 2014 nach Hamburg verlagert. Dass ein Teil der 120 Beschäftigten nicht mit umzieht, dürfte erwünscht sein. Vielleicht hat Stephan Schäfer, Produktvorstand von G+J, die neue Strategie am deutlichsten auf den Punkt gebracht: Der Verlag werde künftig „mit weniger Menschen mehr Produkte“ herausbringen.

Die Münchner dürfen nach Hamburg umziehen.

Zwischen Juli und September 2013 hat der *Bertelsmann*-Konzern etliche Beteiligungen gekauft oder verkauft. Neben der schon erwähnten Fusion zwischen *Random House* und *Penguin Books* wurden folgende Fälle bekannt:

Bertelsmann auf Einkaufstour

- *Gruener+Jahr* ist bei dem Lebensmittelversand *Delinero* eingestiegen.
- Die Musiktochter *BMG Rights Management* hat für 150 Millionen Dollar dem US-Verlag *Primary Wave Music* die Vertragsrechte an diversen Künstlern abgekauft.
- Der Online-Kiosk „Pubbles“ hat nicht nur Ende September 2013 sein Endkundengeschäft eingestellt und betätigt sich seither als Vertriebsplattform für E-Buch-Lesegeräte, G+J hat auch seinen 25-Prozent-Anteil an die *Bertelsmann-Buchklubs* abgegeben, die nun 50 Prozent halten (der Rest liegt bei *Weltbild*).

- Die *RTL-Tochter Fremantle Media* hat sich mit 26 Prozent an dem Berliner Unternehmen *Divimove* beteiligt, das „Youtube“-Stars vermarktet und technisch unterstützt.

Die *RTL-Gruppe* hat den russischen Markt verlassen. Im September 2013 hat sie ihre 7,5-Prozent-Beteiligung an der *National Media Group* für 81 Millionen Euro verkauft. Als Grund wurde genannt, dass das Unternehmen keinen durchschlagenden Erfolg in Russland habe. Man wolle aber immer Marktführer oder der starke Zweite sein. *RTL* hatte 30 Prozent am russischen Sender „Ren TV“ gehalten und diese 2011 gegen 7,5 Prozent *NMG*-Anteile getauscht.

RTL sagt in Russland Adieu.

Axel Springer AG

Der *Springer-Konzern* hat Ende Juli 2013 mit einem Überraschungscoup für Aufsehen gesorgt: Er hat einen großen Teil seiner Druckmedien für 920 Millionen Euro an die Essener *Funke-Gruppe* (früher *WAZ-Gruppe*) verkauft. Im Einzelnen wechseln den Besitzer: das „Hamburger Abendblatt“, die „Berliner Morgenpost“ und die „Bergedorfer Zeitung“, außerdem die Zeitschriften „Hörzu“, „TV Digital“, „Funk Uhr“, „Bildwoche“, „TV Neu“, „Bild der Frau“ und „Frau von Heute“ mitsamt den dazu gehörenden Anzeigenblättern und Online-Auftritten. Größtenteils handelt es sich um Medien mit hohen Auflagen. Die drei Zeitungen kamen im zweiten Quartal 2013 auf zusammen 315.000 verkaufte Exemplare, die sieben Zeitschriften (bis auf eine wöchentlich) erreichten 4,8 Millionen. Alle zusammen haben 2012 mit mehr als 900 Beschäftigten 512 Millionen Euro Umsatz und 95 Millionen Euro operativen Gewinn erzielt.

Springer hat seine letzten Regionalzeitungen verkauft.

Axel Springer wird künftig auf dem deutschen Pressemarkt im Wesentlichen nur noch mit der *BILD*-Schiene vertreten sein: Neben dem Hauptblatt (2,4 Millionen Auflage) und „Bild am Sonntag“ (1,3 Millionen) sind das „Sport Bild“, „Auto Bild“, „Computer Bild“ und diverse Ableger (zusammen rund 1,4 Millionen Auflage). Hieran wird der Konzern sicherlich noch geraume Zeit festhalten: erstens, weil damit hohe Profite erzielt werden, zweitens weil sich der politische Einfluss des Konzerns darauf stützt. Auch „bild.de“ als führendes Nachrichtenportal gehört dazu. Die Zeitung „Die Welt“ mit ihrer Auflage von 230.000 passt eigentlich nicht mehr in dieses Bild. Bei Publikumszeitschriften leistet sich Springer noch zwei Musiktitel („Rolling Stone“, „Musikexpress“). Hinzu kommt ein umfangreiches Printgeschäft im Ausland, besonders in Osteuropa, der Schweiz, Frankreich und Spanien. Zusammen mit dem Züricher *Ringier-Verlag* betreibt er außerdem die Holding *Ringier Axel Springer Media AG* mit dem Schwerpunkt in Mittel- und Osteuropa.

Was bleibt, ist die „Bild“-Schiene und „Die Welt“ – und Print im Ausland.

Der Verkauf der Zeitungen und Zeitschriften passt in die strategische Linie, wie sie der Vorstandsvorsitzende Mathias Döpfner nach dem Scheitern seines Übernahmeversuchs bei *ProSiebenSat.1* (2006) und dem Debakel mit dem Postdienstleister *PIN* (2007) entwickelt hat: Alle wesentlichen Investitionen erfolgen seither im Internet (Ausnahme: die Osteuropa-Holding mit *Ringier* 2010). Aktivitäten in anderen Bereichen, insbesondere bei gedruckten Medien, werden zurückgefahren, womöglich beizeiten verkauft. Das Geschäft mit der *Funke-Gruppe* war denn auch nicht das erste dieser Art bei *Axel Springer*. Schon 2009 und 2010 sind Beteiligungen an zahlreichen Regionalzeitungen verkauft worden, ebenso Zeitschriften und Beteiligungen an Zeitschriftenverlagen.

Springers Print-Ausstieg läuft schon seit 2009.

Springers Ausstieg bei den Printmedien:

- 2009: Januar: Die Jugendzeitschrift „Yam“ wird eingestellt.
Juli: Das Magazin „Markt und Mittelstand“ geht an die *FAZ-Gruppe*.
Juli: „Jolie“, „Mädchen“, „Popcorn“ und 50 Prozent des Verlags *Family Media* werden an den *OZ Verlag* verkauft.
November: 14,5 Prozent des „Westfalenblatts“ gehen an die *Ippen-Gruppe*.
November: Diverse Regionalzeitungs-Beteiligungen (u. a. Leipziger Volkszeitung, Lübecker Nachrichten, Kieler Nachrichten, Ostsee-Zeitung, Elmshorner Nachrichten) gehen an *Madsack* und den *Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlag*.
- 2010: April: 50 Prozent des *Cora-Verlags* (Groschenromane) gehen an *Harlequin Enterprises*.
Mai: Die Magazine „Euro“ und „Euro am Sonntag“ gehen an Frank Werner.
Oktober: Zwei tschechische Jugendmagazine werden eingestellt.
- 2013: März: „Computer Bild Russia“ wird an *Burda* verkauft.
August: „Hamburger Abendblatt“, „Berliner MoPo“ und sieben Frauen- und Programmzeitschriften gehen an die *Funke-Gruppe* (Vollzug voraussichtlich Ende 2013).

Neben den gedruckten Medien ist Springer auch aus dem Fernsehgeschäft ausgestiegen. Im Jahr 2006 hatte der Konzern noch versucht, die *ProSiebenSat.1-Gruppe* zu übernehmen, war aber an der Kartellaufsicht gescheitert. Seither standen die Beteiligungen an Regionalsendern zur Disposition: 2012 wurde „TV Berlin“ verkauft, im September 2013 – fast zeitgleich mit dem Funke-Deal – 27 Prozent an „Hamburg 1“. Statt dessen hat Springer seinen Anteil am Stadtportal „hamburg.de“ von 51 auf 61,9 Prozent erhöht. Dieses Portal ist pikanterweise auch die offizielle Website der Hansestadt.

Auch die letzte TV-Beteiligung ist verkauft worden.

Springer will möglichst viel Geld im Internet investieren. Dort hat er sich in den vergangenen Jahren durch die Übernahme von Plattformen und Portalen zu einem erfolgreichen europäischen Unternehmen gemausert. Das Online-Werbenetzwerk *Zanox* beispielsweise ist eines der größten seiner Art und in 40 Ländern aktiv. Das Frauennetzwerk *aufeminin.com* ist in halb Europa etabliert, mit *stepstone.de*, *totaljobs.de*, *immonet.de* und *seloger.com* besetzt *Springer* große Teile des Marktes für Online-Stellen- und -Immobilienbörsen in Deutschland, Frankreich, Benelux und Skandinavien. Auch mit Verkaufsplattformen (*idealo.de*, *kaufda.de* u. a.) ist das Unternehmen erfolgreich unterwegs. Mit der um 920 Millionen Euro aufgestockten „Kriegskasse“ und einer komfortablen Kreditlinie werden Springer Großinvestitionen von bis zu drei Milliarden Euro zugetraut. Die Rubrikenplattform der *Deutschen Telekom* („autoscout24“, „immobilienscout24“ u. a.) ist dabei ein Objekt der Begierde – angeblich ist Springer allerdings aus dem Bieterrennen ausgestiegen, weil der Preis zu hoch sei.

Investitionen fast nur noch im Internet

Durch die Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2013 sieht sich das Management von *Axel Springer* in seinem Kurs bestätigt. Der Umsatz hat zwar mehr oder weniger stagniert, der operative Gewinn (EBITDA) ist sogar leicht gesunken. Aber die so genannten Digitalen Medien (größtenteils Handelsplattformen, Rubrikenportale und Onlinewerbung) haben mit einem starken Wachstum bei Umsatz und Gewinn die Halbjahresbilanz gerettet. Die deutschen Zeitungen haben mehr als zehn Prozent Umsatz und fast ein Viertel des Gewinns eingebüßt. Mit einer Umsatzrendite von 20,5 Prozent blieben sie gleichwohl hoch profitabel. Die deutschen Zeitschriften lagen mit einer Umsatzrendite von 23,3 Prozent sogar noch darüber.

Erstes Halbjahr 2013: Starkes Wachstum im Internet, Rückgang bei Print.

Wirtschaftszahlen der Axel Springer AG im ersten Halbjahr (in Millionen Euro)

	2011	2012	2013	+/- Prozent
Umsatz	1.525,6	1.620,4	1.627,3	+ 0,4
- Digitale Medien	435,1	542,1	640,6	+ 18,2
- Zeitungen National	565,1	568,3	507,8	- 10,6
- Zeitschriften National	233,2	230,9	222,3	- 3,8
- Print International	236,6	219,3	200,8	- 8,4
- Services/Holding	55,6	59,7	55,9	- 6,5
- Vertriebs Erlöse	588,5	580,5	551,0	- 5,1
- Werbe Erlöse	762,3	851,7	891,2	+ 4,6
- Ausland	497,1	549,8	611,2	+ 11,2
Betriebsergebnis (EBITDA)	288,7	308,7	303,9	- 1,5
- Digitale Medien	71,4	110,7	136,5	+ 23,3
- Zeitungen National	128,5	137,1	104,0	- 24,1
- Zeitschriften National	55,3	48,9	51,9	+ 6,2
- Print International	40,5	28,8	24,9	- 13,3
- Services/Holding	- 7,0	- 16,8	- 13,4	-
Konzerngewinn	151,2	159,6	155,6	- 2,5
bereinigt um Sondereffekte	168,4	177,7	165,7	- 6,7
Beschäftigte (Durchschnitt)	12.648	13.479	14.625	+ 8,5

Quelle: Halbjahresfinanzbericht der Axel Springer AG vom 7. 8. 2013

Besonders erfreut zeigte sich Mathias Döpfner darüber, dass bei der Onlineseite „welt.de“ das seit Jahresanfang gültige Bezahlmodell erfolgreich zu sein scheint. Rund 47.000 Nutzer haben ein Online-Abonnement für 4,49 Euro monatlich gebucht. Das entspricht mehr als 20 Prozent der gedruckten Auflage der Zeitung und fünf Prozent der Online-Reichweite. Seit dem 1. Juli 2013 gilt auch für „bild.de“ eine teilweise Bezahlpflicht für Inhalte.

Bezahlmodelle bei „die welt.de“ und „bild.de“

Die „Bild-Zeitung“ ist zwar hoch profitabel, trotzdem wird sie einem rigiden Spardiktat unterworfen. Die regionale Berichterstattung wird eingeschränkt. Blattplanung und -produktion werde es künftig nur noch an fünf Standorten (Essen, Frankfurt, Hamburg, Leipzig und München) sowie der Zentrale in Berlin geben, hieß es im Juli 2013. Die 15 Regionalbüros werden zu reinen Reporterstandorten degradiert. Das bedeutet, dass mindestens 60 Redakteursstellen wegfallen. Zuvor hatte schon die Fusion der Redaktionen von „B. Z.“ und „Bild Berlin-Brandenburg“ 50 von 800 Stellen gekostet.

Sparkurs bei „Bild“

Die regionale Berichterstattung wird verringert.

Seit Anfang September 2013 scheint schon wieder alles anders zu sein. Jetzt hieß es, dass der Standort Hamburg komplett aufgegeben und die gesamte Produktion nach Berlin verlagert werden soll. Das würde noch einmal etwa 50 Beschäftigte betreffen. Eine offizielle Bestätigung gibt es hierfür nicht, ein Dementi aber auch nicht. Sollte es tatsächlich dazu kommen, dann würde Springer faktisch den Standort Hamburg aufgeben. Dann müssten auch die verbleibenden vier um ihre Zukunft bangen.

Der Standort Hamburg steht auf der Kippe.

Auch die Tarifflicht gehört bei Springer inzwischen zum Programm. Nachdem 2012 die Beschäftigten der „Computer-Bild“-Gruppe trotz heftiger Proteste in eine tariflose Tochterfirma ausgelagert worden sind, ist nur das gleiche Verfahren für „Bild“ vorgesehen: Neue Beschäftigte werden bei einer *Bild KG* zu „marktüblichen Konditionen“ – das heißt unter Tarif – angestellt.

Tarifflicht

Hubert Burda Media

Seit dem 10. Oktober 2013 bietet *Burda* über seine Tochterfirma *TomorrowFocus* eine deutsche Ausgabe des US-Nachrichtenportals „Huffington Post“ an. Sie soll sowohl Nachrichtenseite als auch Plattform für Meinungsbeiträge und Blogs (ohne Honorar für die Autoren) sein. Weil das Angebot kostenfrei ist, war es nach der Bekanntgabe in Branchenkreisen kritisiert worden. Vor allem *Springer*-Chef Mathias Döpfner warf *Burda* vor, ein „Anti-Geschäftsmodell für Journalismus“ zu starten und die Bemühungen seiner selbst und anderer, Bezahlmodelle für Internetinhalte durchzusetzen, zu torpedieren. Die US-amerikanische „Huffington Post“ war 2005 von Arianna Huffington als Politblog gestartet worden und wurde 2011 für 300 Millionen Dollar (220 Millionen Euro) an den Internetkonzern AOL verkauft. Sie hat derzeit monatlich rund 48 Millionen Besucher, beschäftigt mehr als 300 Redakteure und ist dabei, sich international auszubringen. Die Expansion nach Deutschland erfolgt gemeinsam mit *Burda*. Die deutsche Ausgabe soll bis spätestens 2016 neun Millionen Besucher monatlich, einen Jahresumsatz zwischen zehn und 15 Millionen Euro und eine zweistellige Umsatzrendite erreichen.

Burda startet das werbefinanzierte Portal „Huffington Post“.

Der Burda-Konzern betreibt für seine Geschäfte in Zentral- und Osteuropa sowie Asien die Holding *Burda International* GmbH. Sie ist in 17 Ländern aktiv, betreibt über 230 Zeitschriften und eine Vielzahl digitaler Produkte und beschäftigt mehr als 2.400 Personen. Im dritten Quartal 2013 ist sie mit drei Übernahmen hervorgetreten:

- Von der finnischen *Sanoma Media* hat sie die tschechische Ausgabe des französischen Promimagazins „Marie Claire“ gekauft.
- In Rumänien hat sie sämtliche Aktivitäten der Verlagsgruppe *Sanoma Hearst* übernommen. *Burda* ist nunmehr einer der führenden Magazinverlage im Land.
- In Russland hat sie von der Medienholding *RBC* den Spezialverlag *Salon-Press* gekauft.

Burda International kauft ein.

Beim elektronischen Handel in Deutschland gilt *Burda* Intern als Nummer Drei auf dem Markt – hinter *Amazon* und *Ebay*. Der Konzern hat seinen Firmenbestand im dritten Quartal 2013 verändert. Am türkischen Einkaufsportale *Lidyana* hat *Burda* 25 Prozent erworben, die Tochterfirma *Acton Partners* hat *Audibene*, einen Vertreiber von Hörgeräten in Berlin, übernommen. Seine Beteiligung am Fotodrucker *Avenso* hat *Burda* hingegen an den Finanzinvestor *EQT* verkauft.

Burda ist die Nummer Drei beim elektronischen Handel in Deutschland.

Der *Burda-Verlag* will bei der Zeitschrift „Focus“ zehn bis 15 Stellen, zehn Prozent der Belegschaft, über Abfindungen streichen. Als Begründung dient die unbefriedigende Ertragslage des Magazins. Außerdem werden die Redaktionsressorts Politik und Kultur von München nach Berlin verlagert. Davon sind 25 Beschäftigte betroffen.

Personalabbau und Umzug beim „Focus“

Anfang Oktober 2013 hat *Tomorrow Focus* ihre Tochterfirma *Tomorrow Focus Technologies* mit 50 Beschäftigten verkauft.

ProSiebenSat.1 Media Group AG

Der Fernsehkonzern aus Unterföhring ist nach sechs Jahren wieder auf seine einstige Größenordnung geschrumpft. Im Dezember 2006 hatten zwei Finanzinvestoren, *KKR* und *Permira*, das Unternehmen für 3,2 Milliarden Euro gekauft. Es erzielte damals einen Umsatz von 2,1 Milliarden Euro und bestand im Wesentlichen aus den deutschen Fernsehsendern „Pro Sieben“, „Sat.1“, „Kabel Eins“, „Neun Live“ und „N 24“ sowie deren deutschsprachigen Ablegern in Österreich und der Schweiz. Die neuen Eigentümer hatten ein halbes Jahr zuvor die Fernsehkette *SBS* gekauft, die in Skandinavien und den Benelux-Ländern aktiv war. Sie hatten dafür 1,9 Milliarden Euro bezahlt und zwangen die P7S1-Gruppe, sie ihnen für 3,3 Milliarden Euro abzukaufen. Der Konzern musste die Übernahme komplett mit Krediten finanzieren und ächzte danach unter den Schulden. Dafür stieg sein Jahresumsatz auf über drei Milliarden Euro.

P7S1 hat nach umfangreichen Verkäufen seine frühere Größe wieder erreicht.

In den Jahren 2011 und 2012 hat P7S1 die holländischen/belgischen und später die skandinavischen Sender für zusammen rund 2,5 Milliarden Euro wieder verkaufen können – 800 Millionen Euro weniger als der seinerzeitige Kaufpreis. Seither beschränkt sich das Fernsehgeschäft der Gruppe erneut auf den deutschsprachigen Raum. Nun sehen die Eigentümer den Zeitpunkt für gekommen, ihr Investment zu beenden. Eigentlich hatten sie das schon für 2010 geplant, aber damals kam ihnen die Finanzkrise dazwischen.

Der „Exit“ ist nach folgendem Szenario gedacht: Auf der Hauptversammlung von *ProSiebenSat.1* im August 2013 wurden Veränderungen beim Aktienkapital beschlossen. Bisher hatte die Hälfte davon aus stimmrechtslosen Vorzugsaktien bestanden, die an der Börse gehandelt werden konnten. *KKR* und *Permira* haben bereits im Februar 2013 ihre Vorzugsaktien verkauft und dafür 485 Millionen Euro kassiert. Sie besaßen aber weiterhin 44 Prozent des Kapitals in Form von Stammaktien; da diese allein stimmberechtigt waren, bedeuteten sie 88 Prozent der Stimmrechte (die restlichen Stammaktien gehörten der holländischen *Telegraaf-Gruppe*). Nunmehr wurden die Vorzugs- in Stammaktien umgewandelt. Damit sind alle Papiere frei handelbar geworden. Der Stimmenanteil von *KKR* und *Permira* sank allerdings auf 44 Prozent. Bis Ende 2013 wollen sie sämtliche Aktien an der Börse verkauft haben. Beim Erwerb 2006 hatten sie 22,40 Euro für die Vorzugs- und 28,71 Euro für die Stammaktien bezahlt, Mitte Oktober 2013 lag der Kurs bei 33 Euro. Die *Telegraaf-Gruppe* hat Ihre Anteile schon verkauft.

Die Eigentümer – KKR und Permira – sind dabei, ihre Aktien über die Börse zu verkaufen.

Dafür, dass bei P7S1 die „Kursphantasie“ (FAZ, 20. 8. 2013) an der Börse sprießt, haben auch die Geschäftszahlen für das erste Halbjahr 2013 gesorgt. Zwar hat sich der Gruppenumsatz im vergangenen Jahr durch den Verkauf der skandinavischen Sender um rund 300 Millionen Euro verringert. Auf dieser Basis konnte er dann aber um zwölf Prozent zulegen. Der operative Gewinn (EBITDA) ist sogar um 15 Prozent gestiegen – bereinigt immerhin noch um 6 Prozent.

Erstes Halbjahr 2013: Wachstum bei Umsatz und Gewinn

Fast ein Viertel des Konzernumsatzes wird inzwischen mit Geschäften außerhalb des Fernsehens erzielt. Diese Bereiche (Videothek, Spiele, Produktion, Rechtehandel) werden durch Firmenübernahmen forciert und sind entsprechend stark gewachsen. Dahinter steht das erklärte Ziel, die Abhängigkeit vom stark konjunkturanfälligen TV-Markt zu verringern.

Wirtschaftszahlen der ProSiebenSat.1 Media AG im ersten Halbjahr (in Millionen Euro)

	2011	2012		2013	+/- Prozent
		alt ¹⁾	neu ¹⁾		
Außenumsatz	1.288,0	1.358,1	1.060,4	1.187,6	+ 12,0
- Fernsehen deutschsprachig	882,9	888,9	896,3	927,8	+ 3,5
- Fernsehen international	280,0	297,7	-	-	-
- Digital und Angrenzendes ²⁾	116,2	142,6	135,2	209,2	+ 54,7
- Produktion und Rechtehandel	8,9	28,9	28,9	50,5	+ 74,7
Bereinigtes EBITDA ³⁾	368,7	385,1	318,1	337,2	+ 6,0
- Fernsehen deutschsprachig	271,9	285,2	287,6	293,4	+ 2,0
- Fernsehen international	61,1	62,7	-	-	-
- Digital und Angrenzendes	29,4	37,7	35,9	44,3	+ 23,4
- Produktion und Rechtehandel	3,3	- 0,5	- 0,5	1,8	-
Betriebsergebnis (EBITDA)	337,9	343,9	278,0	320,7	+ 15,4
Netto-Ergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	167,3	134,7	134,7	192,2	+ 42,7
Investitionen ins Programm	581,1	584,6	457,2	489,1	+ 7,0
Nettofinanzschulden	2.842,0	1.817,8	2.034,4	553,8	-
Beschäftigte (30. 6.)	4.302	4.224	2.705	3.281	+ 21,3

¹⁾ vor bzw. nach den jeweils fortgeführten Aktivitäten

²⁾ Online-Videothek, Onlinespiele, Wagnisbeteiligungen ³⁾ bereinigt um Sondereffekte

Quelle: Halbjahresbericht der ProSiebenSat.1 Media AG vom 1. 8. 2013

Die Verschuldung konnte durch die Erlöse aus dem Beteiligungsverkauf um fast drei Viertel verringert werden. In der Bilanz für das Gesamtjahr 2013 wird dieses Bild allerdings nicht mehr so schön sein, denn dann wird eine Sonderdividende von 1,2 Milliarden Euro zu Buche schlagen. Diese haben sich die Noch-Eigentümer *KKR* und *Permira* bei der Hauptversammlung genehmigt.

1,2 Milliarden Sonderdividende als Abschiedsgeschenk

Parallel zum schrittweisen Ausstieg der Eigentümer erfolgt bei P7S1 Personalabbau. Bei der Produktionstochter *ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH* ist im Juli 2013 „mehreren hundert Mitarbeitern“ ein Abfindungsangebot vorgelegt worden. Unbestätigten Berichten zufolge haben zwischen 60 und hundert von 650 Beschäftigten die Möglichkeit wahrgenommen.

Funke-Gruppe

Mit dem schon geschilderten Erwerb von Regionalzeitungen und Publikumszeitschriften vom *Springer*-Konzern (siehe oben, S. 3 f.) hat sich die ehemalige *WAZ-Gruppe* in beiden Märkten auf Platz zwei geschoben.

Der geplante Aufstieg der Funke-Gruppe (Marktanteile in Prozent der deutschen Gesamtauflage)

	2013	2014 ¹⁾
<i>Regionalzeitungen</i>		
Südwest-Gruppe ²⁾	11,5	11,5
Funke-Gruppe	7,2	ca. 9,5
VG Madsack	6,4	6,4
M. DuMont Schauberg	4,7	4,7
<i>Publikumszeitschriften</i>		
Bauer Media Group	30,6	30,6
Funke-Gruppe	10,8	24,7
Hubert Burda Media	17,0	17,0
Axel Springer	21,6	7,7

¹⁾ Vorausgesetzt, das BKA genehmigt die Übernahme.

²⁾ Verbund aus Südwestdeutscher Medienholding, Südwestpresse und Neuer Mediengesellschaft

Quelle: *Werben & Verkaufen*, 29. 7. 2013

Rein optisch betrachtet kann die *Funke-Gruppe* mit dem Springer-Geschäft ihren jahrelangen Schrumpfungsprozess beim Umsatz umkehren. Der Konzern hatte sich bis Anfang der Nullerjahre zum viertgrößten deutschen Medienkonzern (hinter *Bertelsmann*, *Kirch* und *Springer*) entwickelt. Danach aber ging es bergab, nicht zuletzt, weil sich die beiden gleich starken Eigentümergruppen gehässige Machtkämpfe lieferten und Entscheidungen blockierten. Zwischen 2002 und 2011 ist der Konzernumsatz von 1,9 auf 1,1 Milliarden Euro gesunken, 2012 wird er wohl unter der Milliarde gelegen haben (Zahlen sind noch nicht veröffentlicht worden). Die Belegschaft ist heute nur noch halb so groß wie 2005.

Mit der Übernahme der Springer-Medien kann die Funke-Gruppe ihren Umsatzrückgang seit 2002 stoppen.

Der Abstieg der Funke-/WAZ-Gruppe nach 2002

	Umsatz (Mio. Euro)	Belegschaft
2002	1.983	ca. 12.000
2005	1.684	ca. 16.000
2008	1.225	13.354
2011	1.068	8.228

Quelle: Beilage zur Wochenzeitung „Horizont“, verschiedene Jahrgänge; Bundesanzeiger

Die *Funke-Gruppe* war und ist in erster Linie ein Zeitungskonzern. In NRW, Niedersachsen und Thüringen besitzt sie sieben Titel ganz und ist an drei beteiligt. Die Gesamtauflage betrug 2012 knapp 1,2 Millionen. Funke ist der drittgrößte deutsche Zeitungsverlag, gemessen an der Auflage, bei Regionalzeitungen die Nummer zwei. Hinzu kommen Anzeigenblätter mit einer Gesamtauflage von 7,5 Millionen.

Tageszeitungen der Funke-Gruppe

	Anteil (%)	Auflage (tsd.)	
		2006	2012
Westdeutsche Allg. Zeitung	100	zus. 929,0	718,4
Westfälische Rundschau	100		
Neue Ruhr/Rhein Zeitung	100		
Westfalenpost	100		
Thüringische Landeszeitung	100	41,0	35,1
Braunschweiger Zeitung	100	-	129,0
Harz-Kurier	100	-	15,6
Ostthüringer Zeitung	60	124,0	96,6
Thüringer Allgemeine	50	202,0	160,9
Iserlohner Kreiszeitung	24,8	24,0	21,8
<i>Neuerwerbungen ab 2014:</i>			
Hamburger Abendblatt	100	-	197,0
Berliner Morgenpost	100	-	118,0

Quelle: Horst Röper, in *Media Perspektiven* 5/2012, S. 277; IVW-Quartalszahlen I/2013

Auf dem Markt für Publikumszeitschriften hat sich die *WAZ-Gruppe* mit der Übernahme des *Gong-Verlags* im Jahr 2000 festgesetzt. Ihr eigener *Westdeutscher Zeitschriftenverlag* ist Ende 2009 nach München verlagert und mit *Gong* zusammengelegt worden. Der Schwerpunkt liegt bei Frauen- und Programmblättern (meistens im Billigsegment), die Gesamtauflage bei mehr als sechs Millionen Stück. Auf diesem Markt bewirkt der *Springer-Deal* – vorausgesetzt, er wird genehmigt – den größten Sprung nach oben.

Funke wird bei Publikumszeitschriften zur Spitze gehören.

Vom Konzernumsatz hat die *Funke-Gruppe* 2011 mehr als die Hälfte (50,9 Prozent) mit Tageszeitungen erzielt, mit Zeitschriften 20,4 Prozent und mit Anzeigenblättern 12,8 Prozent. Der Rest entfiel auf Druckereien, „Sonstige“ (darunter zahlreiche Rundfunkbeteiligungen) und – mit 2,3 Prozent – „elektronische Medien“. Hiermit ist das Regionalportal „derwesten.de“ gemeint, aber auch medienferne Plattformen wie „immowelt.de“, „stellenanzeigen.de“ und „autoanzeigen.de“. Dieses Geschäftsfeld wird für den Konzern wohl auch in Zukunft keine große Rolle spielen. Es war mehr als nur ein Zufall, dass fast zeitgleich mit dem Springer-Deal bekannt gegeben wurde, dass die Beteiligungsholding *The Media Lab* („gogol-medien.de“, „meinprospekt.de“ u. a.), die *Funke* gemeinsam mit der *Verlagsgruppe Madsack* betrieben hat, aufgelöst wird.

Das Internet wird für Funke eine Randerscheinung bleiben.

„The MediaLab“ wird aufgelöst.

Weil die Zeitungen den Schwerpunkt des Geschäfts bilden, ist die *Funke-Gruppe* von der strukturellen Krise dieses Mediums (sinkende Auflagen und Werbeerlöse) besonders hart betroffen. Die Verkaufszahlen bei den vier Ruhrgebietszeitungen sind zwischen 2006 und 2012 um 22,7 Prozent eingebrochen – deutlich stärker als bei den Tageszeitungen bundesweit (minus 13,2 Prozent). Die Reaktion darauf war und ist so einfalllos wie vorhersehbar: Die Redaktionen der vier Ruhrgebietsblätter sind 2009 um 300 auf 600 Personen verkleinert worden; in den nicht-redaktionellen Bereichen wurden in gleicher Größenordnung Stellen gestrichen. Eine Zentralredaktion („Content Desk“) liefert seither die Mantelseiten, Lokalredaktionen und Geschäftsstellen wurden aufgelöst, ganze Lokalteile verkauft. Auch die Abonnements bei der *Deutschen Presse-Agentur* fielen der Sparwut zum Opfer. Bei der „Thüringischen Allgemeinen“ wurde der Chefredakteur Sergej Lochthofen entlassen, weil er sich gegen den Sparkurs gewehrt hatte.

Funke leidet unter der Zeitungskrise besonders stark.

Mit dem Personalabbau im Ruhrgebiet sollten jährlich 250 Millionen Euro eingespart werden. Das scheint gelungen zu sein, wie Geschäftsführer Christian Nienhaus im Herbst 2012 andeutete. Nur die „Westfälische Rundschau“ (WR) in Dortmund schrieb immer noch rote Zahlen. Was lag da näher, als auf die Redaktion komplett zu verzichten? So geschah es im Januar 2013. Seither bastelt dort ein Chefredakteur aus zuge-
liefertem Material (zum Teil von konkurrierenden Verlagen) ein Produkt namens WR zusammen. Ein Modell, das Schule machen könnte – wenn die Leser mitmachen. Erste Anzeichen sprechen allerdings dafür, dass sie das nicht tun.

Eine Funke-„Innovation“: die WR als erste Tageszeitung ohne Redaktion

Viele Fragen, die sich nach der Bekanntgabe des Geschäfts mit *Springer* stellen, sind offen. Bei den Zeitungen soll die redaktionelle Zusammenarbeit von „Abendblatt“, „Morgenpost“ (beide *Funke*) und „Welt“ (*Springer*) in Berlin fortgesetzt werden – mindestens für zwei Jahre. Was kommt dann? Werden womöglich noch andere Funke-Zeitungen von Berlin aus mit Texten beliefert? Der Essener Konzern hat erst kürzlich seine Berliner Korrespondenten wegrationalisiert.

Offene Fragen beim Funke/Springer-Deal

Wo werden die von *Springer* gekauften Zeitschriften künftig produziert? Die meisten davon kommen aus Hamburg, *Funke* produziert vorwiegend in München. Es ist durchaus vorstellbar, dass einer der beiden Standorte aufgelöst wird. Das würde dann in jedem Fall Personalabbau bedeuten.

Funke und *Springer* haben vereinbart, dass sie Gemeinschaftsunternehmen für Vermarktung und Vertrieb ihrer Zeitschriften gründen werden. Allerdings hat *Funke* im Sommer 2012 auch mit *Burda* ein Vermarktungsbündnis geschlossen, das noch bis 2014 läuft. Beim Vertrieb betreiben *Funke* und *Burda* sogar eine Gemeinschaftsfirma. Für gleichartige Kooperationen mit *Springer* bleibt da eigentlich kein Platz. Die vereinbarten Gemeinschaftsfirmen bedeuten auch ein zusätzliches Risiko bei der Kartellprüfung durch das BKA. Beobachter vermuten, dass es hiergegen ein Veto der Behörde geben könnte.

Die geplanten Gemeinschaftsfirmen mit Springer könnten vom BKA blockiert werden.

Der Kaufpreis von 920 Millionen Euro ist sehr hoch; er entspricht fast dem Jahresumsatz der *Funke-Gruppe*. Davon werden 660 Millionen beim Vollzug, spätestens Mitte 2014 fällig, den Restbetrag gibt *Springer* als Darlehen. Über die Finanzlage der *Funke-Gruppe* ist wenig bekannt. Angeblich war der Konzern schon vor dem Deal hoch verschuldet. Die Mehrheitseigentümerin Petra Grotkamp hat Ende 2011 anderen Eigentümern für rund 500 Millionen Euro Anteile abgekauft und will dieses Geld möglichst rasch aus Profiten amortisiert sehen. Wie das zusammenpassen soll, ist unklar. Klar dürfte nur eines sein: Bei der *Funke-Gruppe* wird in Zukunft noch rücksichtsloser als bisher gespart werden.

Verlagsgruppe Weltbild

Das Augsburger Medienhandelshaus hat wieder einmal mit Negativmeldungen für Aufsehen gesorgt. Die „FAZ“ hatte am 10. September 2013 berichtet, dass eine Insolvenz drohe, weil Verluste geschrieben würden und die Eigentümer (zwölf katholische Diözesen, die Soldatenseelsorge Berlin und der Verband der Diözesen Deutschlands) sich nicht über ihr weiteres Vorgehen einigen könnten. Deshalb würden die kreditgebenden Banken zögern, weitere Geldmittel zur Verfügung zu stellen. Angeblich ist eine Finanzlücke von 70 Millionen Euro für die Zeit bis 2015 zu schließen.

Meldungen über Finanzprobleme bei Weltbild

Der Konflikt über das Verhältnis zwischen den kirchlichen Autoritäten und der Verlagsgruppe schwelt schon länger (QB 4/11-2, S. 13 f.). Dabei ging es immer wieder darum, ob katholisch-ideologische Prinzipien oder wirtschaftliche Interessen im Vordergrund der Geschäftspolitik stehen sollen. Das macht sich dann regelmäßig daran fest, dass vermeintlich unchristliche, gar pornografische Produkte zum Kauf angeboten würden. Die Hardliner um den Kölner Bischof Joachim Meisner – unterstützt vom vorherigen Papst Josef Ratzinger – konnten 2008 und dann noch einmal im Herbst 2011 Beschlüsse durchsetzen, dass der *Weltbild*-Konzern verkauft werden solle. Dieses Vorhaben scheiterte allerdings daran, dass kein Interessent zu finden war. Deshalb hieß es im Sommer 2012 dann, dass das Unternehmen in eine kirchliche Stiftung eingebracht werden solle. Auch das ist aber bis heute nicht umgesetzt worden.

Hintergrund: der Konflikt über die strategische Ausrichtung von Weltbild

Weltbild beschäftigt etwa 6.800 Angestellte, davon etwa 3.500 am Stammsitz Augsburg. Der Umsatz hat im Geschäftsjahr 2011/12 bei 1,6 Milliarden Euro gelegen. Das Unternehmen hat in den letzten Jahren seine Verlagsaktivitäten nach und nach verkauft (im Juli 2013 als letzten Rest 50 Prozent der *Verlagsgruppe Droemer Knaur* an *Holtzbrinck*) und beschränkt sich auf den Handel mit Medien, vorwiegend mit Büchern. Derzeit wird umstrukturiert: Der Onlinehandel wird zu Lasten der stationären Läden ausgebaut. Zwischen 2012 und Ende 2013 wurden bzw. werden sechs Filialen geschlossen, 2014 sollen sieben weitere folgen. Von mindestens 250 zu streichenden Arbeitsplätzen ist die Rede. Gleichzeitig wurde konzernweit eine neue Online-Vertriebssoftware installiert. Mit dem E-Buch-Lesegerät „Tolino“ bietet *Weltbild* (zusammen mit *Bertelsmann*, der *Deutschen Telekom*, *Thalia* und *Hugendubel*) eine Alternative zu Amazons „Kindle“ an; offenbar läuft dieses Vorhaben viel versprechend. Es benötigt aber Spielraum für Investitionen, um nicht abgehängt zu werden.

Weltbild ist kein Verlagshaus mehr.

Beim Medienhandel wird das stationäre Geschäft zugunsten des Onlinehandels abgebaut.

In dieser Lage braucht das Unternehmen eine klare Aussage der Eigentümer über seine weitere Zukunft. Diese war von der Herbstvollversammlung der katholischen Bischöfe Ende September 2013 in Fulda erwartet worden, sie ist aber ausgeblieben. Stattdessen gab es wolkige Formulierungen: Man habe sich „intensiv und differenziert mit der Problemlage“ beschäftigt, die Eigentümer bemühten sich „um eine Lösung für den Fortbestand des Unternehmens“. Wenn diese Untätigkeit noch länger anhält, dann könnte die Insolvenz mehr als nur eine Möglichkeit werden.

Bastei Lübbe AG

Die Kölner Verlagsgruppe hat im Geschäftsjahr 2012/13 einen Umsatz von 97 Millionen Euro ausgewiesen und beschäftigt 242 Angestellte. Sie war bislang als GmbH & Co. KG strukturiert, Eigentümer war Stefan Lübbe. Dieser versucht schon seit Längerem einen Expansionskurs (Übernahmen u. a. *Baumhaus, Boje, PMV, Eichborn*), sieht sich jedoch durch finanzielle Grenzen beengt. In den Jahren 2007/08 war ein Investor gesucht, aber nicht gefunden worden, 2011 konnte eine 30-Millionen-Euro-Anleihe erfolgreich platziert werden. Im Juni 2013 war überraschend bekannt gegeben worden, dass man einen Börsengang anstrebt. Hierzu ist das Unternehmen in eine Aktiengesellschaft umgewandelt worden.

Beim Börsengang der Verlagsgruppe Lübbe konnte eine Bauchlandung nur mit Mühe vermieden werden.

Zwischen 35 und 40 Prozent des Kapitals sollten über die Börse verkauft werden; dafür wollte man knapp 60 Millionen Euro einnehmen. Aber daraus wurde nichts. Die Papiere fanden zum angebotenen Kurs von neun bis elf Euro keine Käufer. Um den Börsengang nicht komplett absagen zu müssen, wurden sie schließlich für 7,50 Euro pro Aktie verkauft. Von den eigentlich geplanten 5,3 Millionen Anteilen konnten auch nur vier Millionen abgesetzt werden. Der Erlös lag letztlich bei 30 Millionen Euro – fast die Hälfte dessen, was sich Stefan Lübbe erhofft hatte. Er sprach trotzdem von einer „erfolgreichen Platzierung in einem schwierigen Marktumfeld“.

Kontakt:

Inez Kühn
Bereichsleiterin Medien und
Publizistik beim ver.di-
Bundesvorstand
10112 Berlin
E-Mail:
inez.kuehn@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