

Weltbild war katholisch

Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft Oktober bis Dezember 2013 Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

21. Januar 2014

Die Insolvenz der *Verlagsgruppe Weltbild* am 10. Januar 2014 mag auf den ersten Blick an den Bankrott der *Kirch-Gruppe* 2002 erinnern. Aber die Vorgänge unterscheiden sich nicht nur vom Umsatzvolumen her. Das Imperium Leo Kirchs war ein tief gestaffelter und weit verzweigter Medienkonzern, der auch politische Macht besaß. Sein Zusammenbruch hat die gesamte deutsche Medienwirtschaft erschüttert. Der Augsburger Unternehmen hat in den vergangenen Jahren seine Verlagsgeschäfte nach und nach verkauft und ist ein reines Medienhandelshaus geworden. Die Auswirkungen dieser Insolvenz sind zwar noch nicht absehbar, sie dürften sich aber auf die Buchbranche beschränken. Womit allerdings nichts über die Folgen für die 6.800 Beschäftigten gesagt ist.

Wenn man von den Fällen *Kirch* und *Weltbild* absieht, herrscht in der Spitzengruppe der deutschen Medienwirtschaft seit vielen Jahren eine erstaunlich stabile Besetzung. Unter den größten zehn Unternehmen finden sich immer dieselben Namen. Die Gewichte haben sich allerdings verschoben. Von 2000 bis 2007 konnten alle Konzerne einen enormen Umsatzzuwachs verbuchen, danach war die Entwicklung unterschiedlich. *Bertelsmann* hat seine Erlöse stabil gehalten (was preisbereinigt einen Rückgang bedeutet), *Springer*, *Bauer* und *Burda* haben im Ergebnis umfangreicher Firmenkäufe den Umsatz gesteigert, *Sky Deutschland* ist organisch stark gewachsen, *Holtzbrinck*, *ProSiebenSat.1* und die *WAZ-Gruppe* (heute *Funke-Gruppe*) sind aus unterschiedlichen Gründen geschrumpft.

Trotz Weltbild-Pleite: Die Strukturen in der deutschen Medienwirtschaft sind stabil.

Die größten deutschen Medienunternehmen¹⁾, Umsatz in Mrd. Euro

	2000	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1. Bertelsmann	8,3	16,2	16,3	15,4	15,8	15,3	16,1
Kirch-Gruppe	2,1	-	-	-	-	-	-
2. Axel Springer	1,5	2,6	2,7	2,6	2,9	3,2	3,3
3. Hubert Burda Media	0,9	1,7	1,8	1,6	1,7	2,2	2,5
4. ProSiebenSat.1 Media	-	2,7	3,1	2,8	3,0	2,8	2,4
5. Bauer Media Group	0,9	1,8	1,8	2,1	2,1	2,0	2,2
6. VG von Holtzbrinck	1,2	2,5	2,6	2,4	2,3	2,2	1,9
7. VG Weltbild	0,4	1,9	1,9	1,6	1,7	1,6	1,6
8. Sky Deutschl. (Premiere)	-	0,9	0,9	0,9	1,0	1,1	1,3
9. WAZ-Mediengruppe	1,0	1,2	1,2	1,3	1,2	1,2	1,0
10. Medien-Union	0,8	1,1	1,1	1,1	1,0	1,0	.

¹⁾ ohne öffentlich-rechtliche Anstalten

Quelle: eigene Recherchen des Autors.

Für das Jahr 2013 liegen noch keine Umsatzzahlen vor. In den folgenden Abschnitten wird gezeigt, dass sich die Trends wohl fortgesetzt haben. Allerdings sind Weichen neu gestellt worden; die Auswirkungen werden in naher Zukunft erkennbar sein.

- *Bertelsmann* hat seine ausländischen Belletristikverlage mit denen von *Penguin Books* verschmolzen, hat den Musikverlag *BMG* vollständig übernommen, gut zehn Prozent der *RTL-Gruppe* verkauft und wird 2014 sein Geschäftsfeld *Wis-senmedia* schließen.
- *Axel Springer* hat außer „Bild“ und „Welt“ alle Zeitungen und fast alle Zeitschriften verkauft und steckt seine Ressourcen in die Expansion des Onlinegeschäfts. Dem widerspricht nicht die Übernahme des Fernsehsenders *N 24* Mitte Dezember 2013, denn damit soll die Kompetenz für Videos im Internet gestärkt werden. Von einem Abkommen bei der Internetwerbung, das *Springer* mit *Google* geschlossen hat, erhofft sich der Konzern zusätzliche Profite aus den Onlinemärkten.
- Die *ProSiebenSat.1-Gruppe* hat ihre letzten nichtdeutschen TV-Sender abgesto-ßen und expandiert stark in Bereichen außerhalb des Fernsehens. In der zweiten Jahreshälfte 2013 haben die bisherigen Eigentümer *Permira* und *KKR* ihre Anteile größtenteils veräußert. Ihr „Exit“ soll Anfang 2014 abgeschlossen werden.
- Bei *Burda* sind 2013 mehrere große Erwerbungen des Vorjahrs bilanzwirksam geworden (u. a. bei *Xing* und *Tomorrow Focus*). Durch zahlreiche Akquisitionen hat sich der Konzern zum drittgrößten deutschen Internethändler entwickelt und steht auch in der Rangliste der deutschen Medienunternehmen auf Platz drei.
- Bei *Bauer* wurden die Übernahme des australischen *ACP-Konzerns* und auflagen-starker Zeitschriften von *Marquard Media* bilanzwirksam. Im abgelaufenen Jahr hat der Konzern Magazine in Neuseeland und Radiosender in England erworben.
- Die *Funke-Gruppe* (vormals *WAZ-Gruppe*) wird durch den Erwerb der Printmedien von *Springer* ihren Schrumpfungsprozess von 2014 an zumindest optisch drehen (die Genehmigung durch das BKA vorausgesetzt). Sie konzentriert sich voll auf die Pressemärkte und nimmt dafür das Risiko sehr hoher Schulden inkauf.
- Bei *Sky* hat *Murdochs News Corp.* 2013 die Mehrheit übernommen. Das Unter-nehmen dürfte erstmals in seiner Geschichte einen operativen Jahresgewinn erwirtschaftet haben und hat damit begonnen, durch die Übernahme von Firmen zu expandieren.

Wichtige Weichen-
stellungen für 2014

Das alles spielt sich vor dem Hintergrund umfangreicher Machtverschiebungen im internationalen Bereich ab. Auf dem Werbemarkt haben sich die beiden führenden Media-Gruppen *Omnicom* und *Publicis* zu einem Superkonzern vereinigt – ein Vor-gang, der auch die deutschen Medienunternehmen betreffen wird. *Google* ist dabei, seine ohnehin schon dominierende Stellung auf dem Markt für Onlinewerbung auszu-bauen; eine Gegenmacht ist nicht in Sicht. *Amazon* will den stark wachsenden Markt für E-Bücher unter seine Kontrolle bringen.

Machtverschiebun-
gen auch interna-
tional

Bertelsmann SE & Co. KG a.A.

Bertelsmann bezeichnet sich neuerdings als „internationales Medien- und Dienstleistungsunternehmen“ (in einer Pressemitteilung vom 12. November 2013). Die Geschäftszahlen für die Zeit von Jahresbeginn bis Ende September 2013 wurden mit Selbstlob bedacht. Zwar ist der Konzernumsatz nur minimal gestiegen, die Gewinne haben aber deutlich zugelegt. Vor allem der Nettoprofit stieg um 18,9 Prozent auf 622 Millionen Euro und übertraf damit den Gesamtwert des Jahres 2012 (619 Millionen).

Profit deutlich gestiegen

Wirtschaftszahlen des Bertelsmann-Konzerns in den ersten neun Monaten (in Millionen Euro)

	2011	2012	2013	+/- Prozent
Umsatz	10.808	11.420	11.448	+ 0,3
EBIT (operational)	1.035	1.093	1.095	+ 0,2
EBIT (um Sondereinflüsse bereinigt)	966	1.072	1.120	+ 4,5
Konzerngewinn/-verlust	377	523	622	+ 18,9
Investitionen	577	447	1.119	> 100
Netto-Finanzschulden ¹⁾	1.809	1.218	1.426	+ 17,1
Beschäftigte	102.752	104.286	111.652	+ 7,1

¹⁾ zuzüglich Pensionsrückstellungen und Genusskapital

Quelle: Pressemitteilung der Bertelsmann SE & Co. KGaA, 12. 11. 2013

Bertelsmann hat für das dritte Quartal 2013 keine Geschäftszahlen der einzelnen Bereiche veröffentlicht. Trotzdem ist bekannt, dass die *RTL-Gruppe* die Melkkuh für den Konzern bleibt. Sie hat in den ersten neun Monaten einen Gewinn von 593 Millionen Euro erzielt, von dem 535 Millionen an die Aktionäre gingen. Bertelsmann hält nach einem Teilverkauf noch 75,1 Prozent der *RTL*-Aktien und konnte sich somit über 400 Millionen Euro Gewinn freuen. Mit Abstand am erfolgreichsten ist *RTL* in Deutschland, wo mit 399 Millionen Euro 56 Prozent des Gewinns vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITA) erwirtschaftet wurden.

RTL bleibt die Melkkuh.

Bei der Priesstochter *Gruner+Jahr* (Bertelsmann-Anteil 74,9 Prozent) gibt es in der Belegschaft Widerstand dagegen, dass die Münchner Redaktionen („Neon“, „Nido“, „PM“, „Eltern“ u. a.) mit rund 120 Beschäftigten nach Hamburg verlegt werden. Weniger als ein Drittel der Beschäftigten wollen mitgehen. Der Zeitplan – Mitte 2014 – kann nicht eingehalten werden. Außerdem ist *G+J* dabei, Unternehmensbereiche in selbstständige Tochterfirmen auszugliedern. Die Sektionen Media Sales, Marketing und Herstellung wurden in die *G+J Medien GmbH* überführt. Solche Ausgliederungen dienen üblicherweise dazu, die Tarifverträge zu umgehen.

Gruner+Jahr lässt umziehen und gliedert aus.

Der Münchner Fachverlag *G+J Entertainment* ist mit einigen anderen Tochterfirmen verschmolzen und in eine selbstständige GmbH & Co. KG umgewandelt worden. Gerüchte über einen möglichen Verkauf wurden ausweichend kommentiert.

Beim österreichischen Wochenmagazin „News“ fährt *G+J* einen rigiden Sparkurs. Eine zweistellige Zahl von Stellen soll gestrichen, der Erscheinungsrhythmus womöglich auf 14-täglich halbiert werden. Anfang Januar 2014 wurde bekannt, dass der bisherige Herausgeber und Vorstandschef Axel Bogocz abgelöst wird.

Probleme in Österreich

Bertelsmann-Chef Thomas Rabe hat angekündigt, dass der Konzern durch Firmenkäufe stark wachsen solle. Hierzu sollen die 1,6 Milliarden Euro aus dem Verkauf der *RTL*-Anteile verwendet werden. Bis 2016, spätestens 2017, will Rabe den Umsatz auf

Bertelsmann will schnell wachsen.

20 Milliarden Euro steigern (derzeit gut 16 Milliarden). Im vierten Quartal 2013 sind etliche Unternehmen ganz oder teilweise übernommen worden:

- Die neue Verlagstochter *Penguin Random House* (Bertelsmann-Anteil 53 Prozent) hat 45 Prozent von *Penguin Books India* übernommen und ist nun Alleineigentümerin.
- *Bertelsmann* hat sich über eine Investmentholding am israelischen Start-up *Kido'z* beteiligt.
- *Bertelsmann* hat sich am indischen Immobilienportal *IndiaProperty* beteiligt.
- Der *Verlag Motor-Presse Stuttgart* (Gruner+Jahr) war auf Einkaufstour. Erworben wurden:
 - von *Burda* die tschechische Zeitschrift „Autohit“
 - der Caravan-Onlinemarktplatz „Bredid caraworld.de“
 - von der *Allegra-Group* die polnische Website „MojeAuto.pl“
 - 41 Prozent von „Motor Presse TV“ (Gesamtanteil nun 51 Prozent)
- *Gruner+Jahr* hat seine Beteiligung am Online-Lebensmittelmarkt „Delinero“ auf knapp 20 Prozent erhöht.
- *G+J Uitgevers*, die holländische Tochter von Gruner+Jahr, hat den Onlinemarktplatz *Designer-vintage.com* gekauft.
- Der Unterhaltungskonzern *FremantleMedia* (RTL-Gruppe) hat die Mehrheit der dänischen Produktionsfirma *Miso Film* erworben.
- Bertelsmanns Dienstleistungstochter *Arvato* hat den insolventen Online-Modelladen *Netrada* übernommen.

Käufe und Verkäufe

Auch Abgänge waren zu verzeichnen:

- *Gruner+Jahr* hat die Lizenz für das Kinder-Wissensmagazin „National Geographic Kids“ zurückgegeben. Das Magazin wird vom *Panini-Verlag* weitergeführt.
- Die *Bertelsmann Direct Group* hat den Online-Lebensmittelhändler *gourmetbox.de* an die *Metacrew Group* verkauft.
- Das *Dresdner Druck- und Verlagshaus* („Sächsische Zeitung“, „Morgenpost Sachsen“) gehört zu 60 Prozent *Gruner+Jahr*. Es hat seine Anteile an der *WVD Mediengruppe* in Chemnitz an die „Freie Presse“ Chemnitz (*Medien-Union*) und an die *Weiss-Gruppe* verkauft.

Axel Springer SE

Das *Springer-Management* unter Mathias Döpfner hat in der zweiten Jahreshälfte 2013 die Umwandlung des Unternehmens vom Presse- zum Internetkonzern beschleunigt: Im Juli sind die letzten Regionalzeitungen in Hamburg und Berlin zusammen mit fast allen Zeitschriften an die *Funke-Gruppe* verkauft worden; *Springer* ist jetzt nur noch mit „Bild“ und „Welt“ samt Ablegern sowie einigen Musiktiteln auf dem Pressemarkt aktiv. Im November wurde ein Werbebündnis im Internet mit dem US-Konzern *Google* geschlossen und im Dezember ist der Fernsehsender „N 24“ gekauft worden. Er soll in die „Welt“-Gruppe integriert werden (siehe unten). Die so genannten Digitalen Medien werden künftig den größten Teil zum Konzernumsatz beisteuern.

Springer ist bei Print schon weit weg.

In den Geschäftszahlen wird die wachsende Konzentration auf das Digitalgeschäft sehr deutlich. Der Umsatz der ersten neun Monate 2013 ist nur um 1,5 Prozent gewachsen, bereinigt ist er um 0,8 Prozent gesunken. Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) ist um sieben Prozent zurückgegangen. Der Nettogewinn ist zwar um 8,3 Prozent gestiegen, allerdings nur wegen außerordentlicher Effekte. Bereinigt nahm er um gut zehn Prozent ab. Die Erlöse im Segment „Digitale Medien“ sind hingegen um 16,6 Prozent gewachsen und haben fast 40 Prozent des Konzernumsatzes erreicht. Vom EBITDA wurden 46 Prozent im Internet erwirtschaftet.

*Digital ist das
einzige Wach-
stumsgeschäft.*

Wirtschaftszahlen der Axel Springer AG in den ersten neun Monaten (in Millionen Euro)

	2011	2012	2013	+/- Prozent
Umsatz	2.318,2	2.407,7	2.443,1	+ 1,5
- Digitale Medien	677,7	823,3	959,8	+ 16,6
- Zeitungen Inland	854,1	836,7	781,7	- 6,6
- Zeitschriften Inland	353,1	339,0	331,0	- 2,4
- Print International	350,0	320,0	286,7	- 10,4
- Services/Holding	83,3	88,8	83,9	- 5,5
- Vertrieb	908,9	879,0	833,7	- 5,2
- Werbung	1.145,2	1.248,0	1.330,4	+ 6,6
- Ausland	758,1	827,2	910,3	+ 10,0
Betriebsergebnis (EBITDA)	446,3	459,3	427,0	- 7,0
- Digitale Medien	111,9	165,9	196,6	+ 18,5
- Zeitungen Inland	203,6	197,2	156,1	- 20,9
- Zeitschriften Inland	82,1	71,0	75,3	+ 5,9
- Print International	56,8	41,1	36,0	- 12,5
- Services/Holding	- 8,1	- 16,0	- 36,9	-
Konzerngewinn	233,2	188,7	204,5	+ 8,3
bereinigt ¹⁾	259,5	256,9	230,7	- 10,2
Beschäftigte (Durchschnitt)	12.779	13.504	14.423	+ 6,8

¹⁾ bereinigt um Sondereffekte (vor allem Portfolio-Veränderungen)

Quelle: Pressemitteilung der Axel Springer AG vom 6. 11. 2013

Die einzelnen Segmente im Geschäft mit „Digitalen Medien“ haben sich folgendermaßen entwickelt:

Das Digitalgeschäft bei Axel Springer Januar bis September 2013 (in Millionen Euro)

	Umsatz	Prozent	EBITDA	Prozent
Journalistische Portale u. a. digitale Medien	328,0	+ 25,4	71,1	+ 24,5
Performance Marketing (zanox)	335,3	+ 2,7	13,6	- 14,5
Axel Springer Digital Classifieds	296,4	+ 26,2	121,3	+ 19,2

Quelle: Pressemitteilung a. a. O.

Der Name des ersten Segments „Journalistische Portale und andere digitale Medien“ ist insofern irreführend, als hier zwar auch „Bild.de“, „welt.de“ sowie das Frauenportal „aufeminin“ erfasst sind. Der größte Teil des Umsatzes dürfte aber von medienfernen Angeboten wie „idealo“, „kaufda“ oder „smarthouse“ stammen. In der *Axel Springer Digital Classifieds GmbH*, an der der Finanzinvestor *General Atlantic* mit 30 Prozent beteiligt ist, sind Rubrikenportale wie „SeLogger“, „Immonet“, „StepStone“, „Totaljobs“, „immoweb.be“ und „meinstadt.de“ zusammengefasst. Sie war mit einer EBITDA-Rendite von 43,4 Prozent ganz besonders profitabel.

Wie bei Springer die Bedeutung der gedruckten Medien sinkt, wird an den verbleibenden Titeln deutlich. „Bild“ und „Welt“ werden künftig in Großredaktionen produziert. Diese bedienen in erster Linie den Onlineauftritt; die gedruckte Zeitung wird aus dem schon vorhandenen und veröffentlichten Material zusammengestellt. Gleichzeitig darf sich die Redaktion noch um allerlei andere Geschäfte kümmern, z. B. den Vertrieb von elektronischen Büchern über „BILD eBooks“ oder die Bestückung des Touristikportals „travelbook.de“. In den Worten der Geschäftsführung: „Die Trennung nach unterschiedlichen Medienkanälen wird ... keine Rolle mehr spielen. Die Bild KG steht für alle Plattformen der Marke von Digital bis Print.“ Mit „Bild KG“ ist die *Bild GmbH & Co. KG* gemeint, eine Tochterfirma, in die die bisherige Digitaltochter *Bild Digital* überführt worden ist. Der wesentliche Unterschied: Die Bild KG ist nicht tarifgebunden. Neue Beschäftigte werden nicht mehr nach Tarif, sondern „zu marktüblichen Konditionen“ entlohnt. Nur für „Alt-Mitarbeiter“ gelten die bisherigen Bedingungen weiter.

Springer schafft Großredaktionen; die Zeitungen sind nur noch Nebenprodukte.

Neben „Bild“ betreibt Springer noch die überregionale Tageszeitung „Die Welt“. Hier hat die Mehrheitseigentümerin Friede Springer nach dem Deal mit *Funke* eine Bestandsgarantie gegeben; Matthias Döpfner hat sie im Dezember 2013 erneuert. Diese bezieht sich aber nicht explizit auf die Zeitung, sondern auf die „Gruppe“. Was das bedeuten kann, deutete sich Mitte Dezember 2013 an: Der ehemalige „Spiegel“-Herausgeber Stefan Aust wird Herausgeber der „Welt“ und er bringt seinen Fernsehsender „N 24“ mit. Der soll mit der Welt-Gruppe zusammengeführt werden, „um im deutschsprachigen Raum das führende multimediale Nachrichtenunternehmen für Qualitätsjournalismus zu etablieren“. Die gedruckte Zeitung wird nur noch eine Nebenrolle spielen, die Marke „Die Welt“ wäre auch ohne sie denkbar.

„Hinter der glänzenden Fassade des digital ausgerichteten Medienunternehmens liegt allzu oft der dunkle Hinterhof niedriger Gehälter, Druck auf die Beschäftigten und Arbeitsplatzabbau“, sagte Werneke unter Berufung auf Berichte von Beschäftigten aus Tochtergesellschaften der Axel Springer AG. Als Beispiel nannte er die Siegburger allesklar.com AG, die das Internet-Anzeigenportal meinestadt.de betreibt. Dort verloren seit der Übernahme durch den Medienkonzern vor einem Jahr mehr als zehn Prozent der rund 300 Beschäftigten ihren Arbeitsplatz. Betriebsräte, die dies im Axel-Springer-Konzernbetriebsrat berichtet hatten, wurden vom Management massiv unter Druck gesetzt. In anderen Tochtergesellschaften des Konzerns würden Beschäftigte mit weniger als 1.500 Euro brutto monatlich abgespeist. Und in der Redaktionsgemeinschaft von Bild-Berlin und B.Z. arbeiteten Redakteurinnen und Redakteure mit drei unterschiedlichen Arbeitsverträgen Schreibtisch an Schreibtisch. Nur einer dieser Verträge basiere auf dem Tarifvertrag – Neueinstellungen erfolgten nur zu den deutlich schlechteren, tariflosen Bedingungen. (aus „MMM“ 8/2013)

Die Liste der Neuerwerbungen Springers im vierten Quartal 2013 ist beachtlich lang; es verwundert nicht, dass sich vorwiegend Internetfirmen darauf befinden:

- Mit 30 Millionen Euro hat sich Springer an *Project A Ventures* beteiligt. Hauptigentümer ist die *Otto Group*.
- Zusammen mit der US-Touristikplattform *Tripadvisor* hat Springer ein digitales Reisemagazin *Travelbook* gestartet. Für die Inhalte sorgt die Mannschaft der neuen *Bild KG* (siehe oben).
- In Österreich wurden 50,1 Prozent der *Runtastic GmbH*, einem Anbieter von Fitness-Apps, gekauft.
- Über die internationale Stellenbörse *Stepstone* hat Springer zwei Firmen erworben: die auf Touristikberufe spezialisierte *Yourcareergroup* und das irische Jobportal *Saongroup*. Letzteres betreibt die jeweils führenden Plattformen in Irland, Nordirland, Südafrika und „anderen aufstrebenden Märkten“.

Springer hat eingekauft.

- Die *Zanox AG*, an der Springer 52,5 Prozent hält, hat die Mehrheit des „Performance-Display-Anbieters“ *metrigo* gekauft.
- Mitte Dezember sorgte die Nachricht für Aufsehen, dass Springer – wie schon erwähnt – die *N 24 Media GmbH* gekauft hat. Der Sender stammt aus dem *Kirch-Erbe*, wurde nach 2002 von *ProSiebenSat.1* weiterbetrieben und 2010 von Stefan Aust und anderen übernommen. Mit dieser Erwerbung will Springer einen „zentralen Bewegtbildlieferanten“ für alle Erzeugnisse (also auch z. B. für „bild.de“) schaffen. Der Kaufpreis wurde nicht genannt, wird von Insidern aber zwischen 100 und 120 Millionen Euro angesiedelt.

In Russland betreibt Springers Portal *finanzen.net* seit November 2013 eine neue Plattform *finanz.ru*. Partner ist der Tochterverlag *Axel Springer Russia*. Vergleichbare Portale unterhält Springer seit 2012 in der Schweiz und Österreich.

In Tschechien hat die Holding *Ringier Axel Springer Media* (Springer-Anteil 50 Prozent) den Pressemarkt verlassen und ihre Tochterfirma *Ringier Axel Springer CZ* (drei Zeitungen, sechs Zeitschriften) sowie die Beteiligung an einem Pressegrossisten verkauft.

Anfang November 2013 gab der Springer-Konzern bekannt, dass er eine „enge Zusammenarbeit“ mit dem US-Konzern *Google* bei der automatisierten Vermarktung digitaler Werbeflächen eingehen wird. Dabei geht es um die Belegung so genannter „Long Tail“- oder Rest-Werbepplätze in den diversen Online-Angeboten von Springer. Sie werden von den Werbekunden nun nicht mehr bei Springer selbst, sondern bei *Google* gebucht. Von Marktbeobachtern wird dieses Abkommen als Kapitulation vor der Übermacht *Googles* auf dem Online-Werbemarkt gewertet (siehe auch Teil 1 dieses Berichts, S. 21).

Springers Werbe-
deal mit Google

Besonders pikant an dem Abkommen mit *Google* ist der Umstand, dass Springer bis vor kurzem einen lautstarken Feldzug zur Durchsetzung eines Leistungsschutzrechts für journalistische Inhalte im Internet angeführt hat. Das entsprechende Gesetz, das im Sommer 2013 in Kraft getreten ist, richtet sich zwar nicht ausdrücklich, aber de facto vorrangig gegen *Googles* Geschäftsprinzip: Mit den Inhalten anderer Geld verdienen, indem man sie auffindbar und verfügbar macht. Springer betont, dass der Werbedeal an der Haltung in Sachen Leistungsschutz nichts ändere.

Seit dem 1. Dezember 2013 ist der Springer-Konzern keine Aktiengesellschaft (AG) mehr, sondern eine Europäische Aktiengesellschaft (*Societas Europaea/SE*). Der Vorgang wurde schon zu Jahresbeginn 2013 beschlossen und ist nun mit dem Eintrag ins Handelsregister wirksam geworden. Die Konzernführung hatte seinerzeit versichert, dass sich für die Belegschaft nichts ändern werde. Tatsache ist aber, dass die gesetzlichen Regelungen der Rechte von Beschäftigten bei einer SE im Vergleich zur AG lückenhaft sind.

Die Axel Springer
AG ist jetzt eine
Axel Springer SE.

Hubert Burda Media

Für den *Burda*-Konzern sei 2013 ein gutes Jahr gewesen, teilte Vorstandschef Paul-Bernhard Kallen Anfang Dezember 2013 mit. Man erwarte ein Wachstum um acht Prozent. Das entspräche einem Jahresumsatz von 2,7 Milliarden Euro. Größter Wachstumstreiber sind die Onlinebeteiligungen, die inzwischen für etwa die Hälfte aller Erlöse stehen. Größter Profitbringer bleiben allerdings die Zeitschriften (u. a. "Bunte", "Cover", "Freundin", "TV Spielfilm", "TV Today", „Focus“), die laut Kallen „ein wirklich gutes Ergebnis“ erreicht haben.

2013 war ein gutes Jahr für Burda.

Im Internet hat sich *Burda* mehr als alle anderen Großverlage auf medienferne Märkte konzentriert. Der Konzern gilt als die Nummer drei im deutschen E-Handel (hinter *Ebay* und *Amazon*) und expandiert auf diesem Geschäftsfeld weiter. Im vierten Quartal 2013 hat *Burda* 74,9 Prozent des Online-Weinhändlers *Silkes Weinkeller* übernommen. Die tschechische Zeitschrift „Autohit“ ist hingegen an die *Gruner+Jahr*-Tochter *Motorpresse Stuttgart* verkauft worden.

Immerhin setzt *Burda* im Internet auch andere Akzente: Am 10. Oktober 2013 hat der Konzern mit einer deutschen Ausgabe der „Huffington Post“ ein neues nachrichtenorientiertes Portal gestartet. Es ist ein Ableger des US-amerikanischen Originals (das zum AOL-Konzern gehört) und bietet Autoren und Bloggern an, ihre Texte ohne Honorar zu veröffentlichen. Ob das Angebot die Erwartungen der Betreiber erfüllen kann, wird sich 2014 zeigen. Ende 2013 hieß es, die Nutzerzahlen lägen über den Erwartungen.

Burda hat die deutsche „Huffington Post“ gestartet.

Die *Tomorrow Focus AG* (eine Burda-Tochter) hat ihr Technikunternehmen *Tomorrow Focus Technologies* an die holländische Firma *TIE Kinetix* verkauft.

ProSiebenSat.1 Media Group AG

Beim Münchner Fernseh- und Unterhaltungskonzern hat im vierten Quartal 2013 der „Exit“ der Eigentümer, der Finanzinvestoren *KKR* und *Permira* sowie der holländischen *Telegraaf*-Gruppe, begonnen. *Telegraaf* hat seine Aktien bereits komplett verkauft, *KKR* und *Permira* haben Ende 2013 noch 17 Prozent besessen. Bislang konnten sie etwa 1,9 Milliarden Euro Verkaufserlöse erzielen, wenn alles abgestoßen worden ist, dürften etwa drei Milliarden Euro zusammenkommen. Das wäre weniger als die 3,2 Milliarden Euro, die sie Ende 2006 bezahlt haben. Allerdings haben sie in der Zwischenzeit rund zwei Milliarden Euro Dividenden und 1,6 Milliarden Euro Mehrpreis beim Verkauf der Senderkette *SBS* an *ProSiebenSat.1* kassiert. Insgesamt war es ein profitables Investment, wenn auch für die Maßstäbe von Finanzinvestoren vermutlich nicht so recht befriedigend.

Der „Exit“ der Investoren geht dem Ende zu.

Die neuen Eigentümer sind keine Kleinaktionäre, sondern „institutionelle Anleger“. Mit diesem Begriff werden Kapitalmarktakteure bezeichnet, deren Investitionsvolumen so hoch liegt, dass dafür ein eigener Geschäftsbetrieb erforderlich ist. Typischerweise handelt es sich um Banken, Investmentgesellschaften, Hedgefonds oder Versicherungen.

Die Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten 2013 dürfte den Aktienkurs und damit die Verkaufschancen der bisherigen Eigentümer beflügelt haben. Der Konzernumsatz ist – unter Berücksichtigung des vorangegangenen Verkaufs der skandi-

navischen Sender (QB 1/13-2, S. 7 f.) – um 12,6 Prozent gestiegen. Hierdurch ist der Jahresumsatz um 428 Millionen Euro verkleinert worden. Das deutschsprachige Fernsehgeschäft hat sich mit plus 4,4 Prozent gut entwickelt, das stärkste Wachstum erfolgte gleichwohl in den anderen Bereichen. Das ist so gewollt, denn das Management will die starke Abhängigkeit vom unsicheren Fernsehmarkt verringern. Die Bereiche Digital, Produktion und Rechtehandel liefern schon fast ein Viertel des Konzernumsatzes ab. Ihr Wachstum stützt sich hauptsächlich auf die Übernahme von Firmen.

Wachstum in allen Bereichen.

Wirtschaftszahlen der ProSiebenSat.1 Media AG in den ersten neun Monaten (in Millionen Euro)

	2011	2012	2013	+/- Prozent
Außenumsatz	1.882,5	1.566,9	1.764,5	+ 12,6
- TV deutschsprachig	1.287,0	1.292,3	1.349,7	+ 4,4
- TV international	403,2	431,8	-	-
- Digital und Angrenzendes	173,6	216,4	333,4	+ 54,1
- Produktion, Rechtehandel	18,4	58,2	81,4	+ 39,9
Betriebsergebnis (EBITDA)	471,6	411,1	469,0	+ 14,1
Bereinigtes EBITDA ¹⁾	532,3	459,1	488,2	+ 6,3
- TV deutschsprachig	402,8	411,8	420,0	+ 2,0
- TV international	78,4	87,4	-	-
- Digital und Angrenzendes	43,2	55,9	71,6	+ 28,1
- Produktion, Rechtehandel	4,6	- 1,9	- 0,3	-
Bereinigter Konzerngewinn	152,1	191,6	221,1	+ 15,4
Finanzschulden (30. 9.)	2.075,0	2.065,5	1.780,4	- 13,8
Beschäftigte (30.9.)	4.375	3.061	3.524	+ 15,1

¹⁾ nach Sondereffekten

Quelle: Pressemitteilung der ProSiebenSat.1 Media AG vom 7. 11. 2013

Der Nettogewinn ist um 15,4 Prozent gestiegen, die Schulden sind deutlich abgebaut worden, liegen aber immer noch hoch wie der Umsatz. Dies ist eine Hypothek, die die Finanzinvestoren dem Unternehmen aufgeladen haben: ProSiebenSat.1 musste 2007 Kredite von 3,3 Milliarden Euro aufnehmen, um von KKR und Permira die Senderkette SBS zu kaufen. Der Preis war weit überhöht und konnte beim Wiederverkauf 2012/13 nicht mehr hereingeholt werden.

Die Verschuldung ist niedriger geworden, aber immer noch hoch.

Kurz vor Weihnachten 2013 hat die P7S1-Gruppe ihren Firmenbestand verändert:

- Die ost- und südosteuropäischen Beteiligungen wurden verkauft. Betroffen sind der rumänische Fernsehkanal „Kiss TV“ sowie die Radiostationen „Kiss FM“, „Magic FM“, „One Fm“ und „Rock FM“. Sie sind von der griechischen *Antenna Group* erworben worden. Der TV-Sender „Prima TV“ ging an das rumänische Unternehmen *Cristian Burci*. Weiterhin wurden die ungarischen Sender „TV 2“, „FEM 3“, „Pro 4“ und „Super TV2“ im Rahmen eines Management-Buyouts abgestoßen.
- P7S1 hat seinen 74,9 Prozent-Anteil an der Produktionsfirma *Producers at Work* an den Mitgesellschafter Christian Popp verkauft. Dazu gehört auch die Tochterfirma *Magic Flight Film*.
- Vom Investor *Media Ventures* (Ströer-Gruppe) hat P7S1 die Online-Reiseportale „Ferien.de“ und „Weg.de“ gekauft. Das Geschäft steht noch unter Kartellvorbehalt. ProSiebenSat.1 ist auf dem Geschäftsfeld Touristik schon recht aktiv. Zum Portfolio gehören die Plattformen „Holiday-Insider“, „reise.com“, „MyDays“, „Tropo“, „Billiger-Mietwagen“ und „wetter.com“.

Käufe und Verkäufe

ARD und ZDF

Die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten haben 2013 vermutlich mehr Geld eingenommen als vorausgesehen. Seit dem 1. Januar 2013 wird statt der gerätebezogenen Rundfunkgebühr ein haushaltsbezogener Rundfunkbeitrag erhoben. Ursprünglich war ein etwa gleich bleibendes Aufkommen erwartet worden, nun wird ein Plus von 250 bis 400 Millionen Euro pro Jahr für möglich gehalten. Bei rund 7,5 Milliarden Euro Einnahmen im Vorjahr wäre das ein Zuwachs von drei bis fünf Prozent. Genaueres wird zwar erst im Frühjahr 2014 bekannt sein, trotzdem hat die Nachricht bei Politikern und Interessenvertretern hektische Diskussionen und allerlei Vorschläge zur Lösung des „Problems“ hervorgebracht.

Vermutlich höhere Einnahmen als geplant durch den neuen Rundfunkbeitrag

Als Anfang 2012 die Einzelheiten für die Einführung des Rundfunkbeitrags festgelegt worden waren, hatte die *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* (KEF) festgestellt, dass für die Finanzperiode 2013 bis 2016 eigentlich eine Anhebung des Monatsbeitrags von 17,98 auf 18,35 Euro nötig wäre, um den Finanzbedarf zu sichern. Trotzdem „empfahl“ sie, den Betrag nicht zu erhöhen. Man solle die Finanzierungslücke von 304 Millionen Euro jährlich (ARD und ZDF hatten sogar einen Fehlbetrag von 350 Millionen Euro vorausgesagt) in Kauf nehmen und die Auswirkungen der Umstellung abwarten. Wenn nun tatsächlich Mehreinnahmen im genannten Umfang zustande kommen sollten, dann würde das den Vorhersagen der KEF für den Finanzbedarf entsprechen und müsste so bleiben. Erstaunlicherweise hat die Kommission stattdessen eine Senkung des Beitragssatzes um 73 Cent ins Spiel gebracht. Und erstaunlicherweise hat dieser Vorstoß seitens der ARD- und ZDF-Oberen verhaltene Zustimmung gefunden.

Die KEF empfiehlt eine Senkung des Beitrags.

Die ARD hat aufgeschlüsselt, wofür sie ihre Einnahmen verwendet. Von den 17,98 Euro, die 2011/12 pro Haushalt als Gebühr für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk anfielen (rund 7,5 Milliarden Euro pro Jahr), erhielt sie 12,81 Euro; der Rest ging an das ZDF und die Landesmedienanstalten. Durchschnittlich 5,15 Euro wandte die ARD für die Dritten Programme auf, 4,32 Euro für Gemeinschaftsaufgaben und 2,31 Euro für die Radiosender. Bei den Programmformaten wurden 1,07 Euro für die Produktion von Fernsehfilmen bezahlt, 87 Cent für die Sportberichterstattung und Sportrechte, 41 Cent für Orchester und Chöre.

Die ARD bilanziert ihre Ausgaben.

Bauer Media Group

Der *Bauer-Konzern* sieht seine Zukunft hauptsächlich im Verkauf von Zeitschriften, im Betrieb von Radiosendern und – mit noch recht überschaubarem Umfang – im Digitalgeschäft. Die Expansion erfolgt vorwiegend im Ausland durch Übernahmen. Dabei haben sich 2012/13 Australien und Neuseeland als neues Schwergewicht herausgebildet. Nachdem Bauer im September 2012 die australische Mediengruppe ACP gekauft hat, sind nun – einer Meldung vom November 2013 zufolge – die neuseeländischen Titel der Mediengruppe APN erworben worden. Die Zustimmung der Kartellbehörden steht noch aus.

Bauer weitet sein Engagement „Down Under“ aus.

Der Konzernumsatz 2013 wird auf 2,36 Milliarden Euro geschätzt – 10,7 Prozent mehr als im Vorjahr. Der Zuwachs kommt hauptsächlich durch die Zukäufe in Australien zustande, die 2013 erstmals voll wirksam geworden sind. Ohne diesen Effekt wäre der

10,7 Prozent Umsatzzuwachs

Konzernumsatz „stabil“ geblieben. Das Geschäft mit gedruckten Medien (vorwiegend Zeitschriften) hat 2013 knapp 1,9 Milliarden Euro oder 80 Prozent des Konzernumsatzes erreicht, davon 1,3 Milliarden über den Vertrieb.

Print stellt 80 Prozent des Umsatzes bei Bauer.

In Deutschland ist 2013 der Umsatz mit Magazinen und (als einziger Zeitung) der „Magdeburger Volksstimme“ um 1,9 Prozent auf 413 Millionen Euro gesunken; im Gegensatz zum Markttrend habe man beim Einzelverkauf zulegen können. Bauer hat im vergangenen Jahr weltweit 618 Zeitschriften in 37 Ländern verlegt – 38 mehr als 2012.

Wirtschaftszahlen der Bauer Media Group (in Millionen Euro)

	2006	2008	2010	2012	2013 ¹⁾
Konzernumsatz	1.791	1.789	2.129	2.132	2.360
- Inland	1.006	925	873	845	829
- Ausland insgesamt	785	864	1.256	1.348	1.534
- Vertrieb	1.306	1.216	1.336	1.295	1.375
- Anzeigen	372	365	381	407	518
- Print	1.193	1.610	1.717	1.703	1.894
- Radio	-	51	179	204	206
- Digital	.	.	52	66	86
- Sonstige (Druck, Logistik)	113	128	181	159	174
Beschäftigte	.	.	6.965	11.000	.

¹⁾ Hochrechnung

Quelle: Pressemitteilung der Bauer Media Group, 20. 11. 2013, sowie frühere

Bei den Radiosendern ist *Bauer* in Polen und Großbritannien stark im Geschäft. Mit *Bauer RMF* betreibt man die größte polnische Radiostation (Marktanteil 29 Prozent). In England ist das reichhaltige Portfolio um die Sender „Planet Rock“ und „Absolute Radio Network“ erweitert worden.

Investitionen in Polen und Großbritannien

Polen ist für *Bauer* offenbar auch beim Internet ein attraktiver Markt. Im September 2013 hat der Konzern das Technikunternehmen *Sunrise System Poland* für „einen hohen zweistelligen Millionenbetrag“ gekauft. Damit sei man zum führenden Anbieter für Digitalmarketing und „Search-Services“ im osteuropäischen Raum aufgestiegen.

Holtzbrinck

Der *Holtzbrinck*-Konzern ist 2009 in zwei selbstständige Unternehmen aufgespalten worden: die bisherige *Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck* unter dem geschäftsführenden Gesellschafter Stefan von Holtzbrinck hatte unter anderem die *VG Handelsblatt*, die „*Tagesspiegel*“-Gruppe und die Hälfte des „*Zeit*“-Verlags an Dieter von Holtzbrinck, den Halbbruder Stefans, abgegeben. Dieser formte daraus die *Dieter von Holtzbrinck Medien GmbH*. Beide Unternehmen bestehen seither unabhängig voneinander, sind aber über die gemeinsame Beteiligung an der „*Zeit*“ verbunden.

Die VG von Holtzbrinck ...

...hat in der Zeit nach der Spaltung ihre Beteiligungen an Tageszeitungen verkauft: die Verlagsgruppen „Main Post“ Würzburg, „Saarbrücker Zeitung“ und „Südkurier“ Konstanz. An letzterem hatte sie noch 49 Prozent gehalten, die aber im November 2013 auch veräußert wurden. Die Schwerpunkte des Geschäfts liegen jetzt bei Fachpublika-

tionen und Belletristik. Im Internet hat der Konzern in der jüngeren Vergangenheit viel Geld investiert und sich an zahlreichen Portalen und Start-ups beteiligt. Dabei musste er allerdings auch bittere Niederlagen hinnehmen. Die schmerzlichste war das Sozialnetzwerk „StudiVZ“, das Holtzbrinck 2007 für mindestens 70 Millionen Euro gekauft und danach mit umfangreichen Investitionen bedacht hat. Nach einem steilen Aufstieg folgte der noch steilere Absturz, ehe es im September 2012 verramscht wurde. Der Konzern hat hier mehr als 100 Millionen Euro verbrannt.

Wegen des Verkaufs der Zeitungen hatte die VG von Holtzbrinck 2011 und 2012 erhebliche Umsatzverluste zu verzeichnen. Die Zahl der Beschäftigten in Deutschland wurde fast halbiert. Das zeigen die kürzlich veröffentlichten Geschäftszahlen für 2012. Innerhalb von zwei Jahren sind die Erlöse um 16,6 Prozent geschrumpft. Im Jahr 2008 hatte der Konzern noch 2,6 Milliarden Euro umgesetzt. Wenn die verkauften Firmenbestandteile herausgerechnet werden, ist der Umsatz 2012 allerdings um 4,9 Prozent gestiegen. Der operative Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) stieg nach einem Rückgang 2011 wieder, ebenso der Nettogewinn, der mit 129 Millionen Euro sogar über dem Wert von 2010 lag. Die Verschuldung konnte stark zurückgefahren werden.

Holtzbrinck hat Wirtschaftszahlen für 2012 veröffentlicht: deutlicher Rückgang beim Umsatz

Wirtschaftszahlen Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck (in Millionen Euro)

	2010	2011	2012	12/11 (%)
Umsatz	2.255,1	2.145,8	1.880,2	- 12,4
- Macmillan Publishers	.	693,9	714,1	+ 2,9
- Macm. Science & Education	.	831,9	902,2	+ 8,5
- Holtzbrinck Digital	.	163,5	153,1	- 6,4
- Innenumsätze	- 74,9	- 80,6	- 81,4	-
- Veräußerungen	.	537,1	192,2	- 64,2
Umsatz nach Ländern				
- Deutschland		779,9	471,6	- 39,5
- Großbritannien	.	123,7	137,0	+ 10,8
- übriges Europa	.	277,4	246,3	- 11,2
- Nordamerika	.	627,5	662,1	+ 5,5
- Übrige Regionen	.	337,3	363,2	+ 7,7
Operatives Ergebnis	217,0	161,3	180,2	+ 11,7
Konzernergebnis	119,0	70,0	129,2	+ 84,6
Nettoverschuldung	.	212,7	111,1	- 47,8
Beschäftigte	15.307	13.769	10.152	- 26,3
- darunter Inland	4.874	4.258	2.522	- 40,8

Quelle: Bundesanzeiger

Ein Vergleich der Umsätze einzelner Geschäftsfelder ist nur mit dem Jahr 2011 möglich, weil die Konzerngliederung verändert worden ist. Das gesamte Verlagsgeschäft wird unter der Marke des britischen Verlagkonzerns *Macmillan* geführt. Die Belletristikverlage sind bei *Macmillan Publishers* zu finden; hier ist der Umsatz nominell zwar gestiegen, bereinigt aber gesunken. Die Wissensverlage firmieren als *Macmillan Science & Education*. Dieser Bereich hat nominell stark, bereinigt schwach expandiert. Zum Geschäftsfeld *Holtzbrinck Digital* sei der Geschäftsbericht zitiert: Es stand „im Zeichen der Neuausrichtung und Fokussierung. Eine insgesamt schwächere Umsatzentwicklung wurde ... bewusst in Kauf genommen.“ „Viele Internet-Gesellschaften ... wurden neu ausgerichtet. Diese Neuausrichtung führte in einem werbeintensiven Wettbewerbsumfeld zu insgesamt schwächeren Ergebnissen.“

Holtzbrinck Digital steuert nur gut acht Prozent zum Konzernumsatz bei. Im Vergleich zu anderen Großverlagen (*Springer, Burda*), die wie *Holtzbrinck* stark aufs Internet setzen, ist das wenig. Allerdings sei der Anteil der Online-Umsätze aller Geschäftsfelder am Konzernumsatz 2012 um drei Punkte auf 22,8 Prozent gestiegen, ließ die Unternehmensleitung wissen.

22,8 Prozent des Umsatzes kommen aus dem Internet.

Im November 2013 hat die VG von *Holtzbrinck* ihren 33,3-Prozent-Anteil am Online-Buchhändler *buecher.de* an die Verlagsgruppe *Weltbild* verkauft. Fast zeitgleich hat sich *Holtzbrinck Ventures* an dem Online-Kreuzfahrtendienst *dreamlines.de* beteiligt.

Dieter von Holtzbrinck Medien ...

... hat durch einen ruppigen Umgang mit Beschäftigten von sich reden gemacht. Das Anzeigenblatt „Zweite Hand“, das zum Berliner „Tagesspiegel“ gehörte, ist Ende Oktober 2013 eingestellt worden. Von den 20 Beschäftigten wurden 16 entlassen. Diese sollten ursprünglich nicht einmal Abfindungen erhalten. Erst nach Warnstreiks war der Verlag hierzu bereit.

DvH: Ruppiger Umgang mit den Beschäftigten

Die Redaktion der Zeitschrift „Absatzwirtschaft“ (VG *Handelsblatt/VHB*) wurde Ende 2013 von Düsseldorf nach Hamburg verlegt. Dort residiert das Onlineportal „meedia“, das die VHB im Mai 2013 gekauft hat. Beide Redaktionen sollen „verzahnt“ werden.

Die VHB hat im November 2013 den Traditionsverlag *Schäffer-Poeschel* an den *Haufe-Verlag* verkauft. Er habe nicht mehr zum Verlagsprofil gepasst, hieß es.

Bei der *Tagesspiegel-Gruppe* gibt es einen neuen Teilhaber: Der Medienmanager Sebastian Turner hat 20 Prozent der Anteile erworben und wurde zweiter Herausgeber.

Die *Zeit-Gruppe* (an der beide *Holtzbrinck*-Unternehmen mit 50 Prozent beteiligt sind) hat im Dezember 2013 den Frankfurter Veranstalter *Convent Kongress* übernommen.

Funke-Mediengruppe

Der Essener Konzern war mit einem Teil seiner Übernahmepläne von Springer-Printmedien (QB 3/13-2, S. 10 f.) schon erfolgreich: Das *Bundeskartellamt* hat Anfang Dezember 2013 den Eigentumswechsel bei den Tageszeitungen „Hamburger Abendblatt“, „Berliner Morgenpost“ und „Bergedorfer Zeitung“, den Anzeigenblättern „Hamburger Wochenblatt“ und „Berliner Woche“ sowie den Magazinen „Bild der Frau“ und „Frau von Heute“ genehmigt. Damit wird *Funke* im neuen Jahr eine Zeitungsauflage von gut 1,5 Millionen Exemplaren vertreiben und mit etwa 9,5 Prozent Marktanteil die unangefochtene Nummer Zwei bei den Regionalzeitungen (hinter der „Südwest-Gruppe“ aus *SWMH, Südwest-Presse* und *Medien-Union*) sein.

Funke hat Springers Regionalzeitungen übernommen.

Die teilweise Genehmigung durch das *BKA* war möglich geworden, nachdem *Springer* und *Funke* ihren Übernahmeantrag für das Gesamtpaket zurückgezogen und durch vier Einzelanträge ersetzt hatten. Bei den noch nicht genehmigten Bereichen (Programmzeitschriften und Gemeinschaftsfirmen für Vertrieb und Werbung) könnte es Widerstand seitens der Behörde geben; sie hat eine „sehr genaue“ Prüfung bis zum Frühjahr 2014 angekündigt. Das Risiko eines eventuellen Verbots hat die *Funke-Gruppe* übernommen. Das bedeutet, dass sie sich ggf. um einen Weiterverkauf bemühen müsste.

Ein Teil des Deals mit Springer ist noch nicht genehmigt worden.

In einem Brief an die künftigen „Mitarbeiter“ ließen die Geschäftsführer Manfred Braun, Christian Nienhaus und Thomas Ziegler wissen, dass „wir uns alle auf Sie freuen“, dass man vorhabe, „gemeinsam die Funke-Mediengruppe auszubauen“, Titel „konsequent weiterzuentwickeln“ und den Markt mit „neuen Qualitätsprinttiteln“ zu bereichern.

Angesichts dessen, was die Funke-Gruppe im vergangenen Jahr bei ihren Zeitungen veranstaltet hat, klingen solche Worte hohl. Am Jahresbeginn 2013 stand die Entscheidung, bei der „Westfälischen Rundschau“ (WR) in Dortmund die komplette Redaktion mit 120 Leuten auf die Straße zu setzen und das Blatt mit Fremdmaterial füllen zu lassen. In den Folgemonaten fand dann ein regelrechter Ausverkauf bei den Zeitungen im Ruhrgebiet, genauer bei der „Westdeutschen Allgemeinen“ in Essen und der WR, statt. In Dorsten, Lüdenscheid und Altena wurden die Lokalredaktionen geschlossen, in Castrop-Rauxel ging der Lokalteil an den Konkurrenzverlag *Lensing* („Ruhr-Nachrichten“). Dadurch wurden 16 Arbeitsplätze gestrichen. Wenig später wurden die Lokalausgaben beider Zeitungen in Dortmund, Lünen und Schwerte verkauft – wiederum an *Lensing*. Die Mantelteile kommen schon seit längerem aus dem „Content Desk“ in Essen. Ob das mit „konsequent weiterentwickeln“ gemeint ist?

Bei Funkes Ruhr-gebietszeitungen regiert weiterhin die Axt.

Was die *Funke*-Manager mit ihren neu erworbenen Zeitungen vorhaben, dazu gibt es noch keine Aussagen. Man kann sich aber einiges zusammenreimen. Der Essener Konzern galt schon vor dem Übernahmevertrag als hoch verschuldet. Der vereinbarte Kaufpreis von 920 Millionen Euro liegt fast so hoch wie der Jahresumsatz. Er kann nicht sofort beglichen werden, *Springer* stundet 260 Millionen. Außerdem hat die neue Mehrheitseigentümerin Petra Grotkamp für den Erwerb ihrer Anteile Ende 2012 rund 500 Millionen Euro (größtenteils mit Krediten) bezahlt. Dieses Geld möchte sie möglichst rasch über Gewinnabschöpfungen amortisiert sehen. Die Devise der *Funke*-Manager dürfte folglich lauten: Auspressen um jeden Preis. Es steht zu befürchten, dass die *Funke-Gruppe* 2014 bei ihren neuen Zeitungen in Hamburg und Berlin genauso rücksichtslos holzen wird, wie sie das im Ruhrgebiet vorgemacht hat.

Die Funke-Gruppe ist hoch verschuldet.

Im Anzeigenbereich hat *Funke* ein Bündnis mit den benachbarten Verlagen *Lensing* (Dortmund), *Bauer* (Marl) und *Rubens* (Unna) geschlossen. *Funke* übernimmt für sie die Vermarktung bei nationalen Werbekunden. Die neue „Mediakombi NRW“ umfasst 19 Zeitungstitel mit einer Gesamtauflage von 940.000.

Verlagsgruppe Weltbild

Das Augsburger Medienhandelshaus, das sich im Eigentum der katholischen Kirche befindet, hat das Medienjahr 2014 mit einem Paukenschlag eröffnet: Am 10. Januar musste seine Geschäftsführung die Insolvenz erklären. Berichte von einer finanziellen Schieflage waren erstmals im September 2013 aufgetaucht. Damals war von 70 Millionen Euro Finanzbedarf die Rede gewesen (QB 3/13-2, S. 13). Die Eigentümer – zwölf Diözesen, die Soldatenseelsorge Berlin und der Verband der Diözesen Deutschlands – hatten sich lange nicht über eine gemeinsame Strategie im Umgang mit ihrer Medientochter einigen können. Zum Jahresende sah es aber danach aus, als sei eine Lösung gefunden worden. Es gab einen Kapitalschnitt, durch den 130 Millionen Euro getilgt wurden, und anschließend eine Aufstockung um 60 Millionen Euro. Wer sich von den Alteigentümern daran beteiligt hat und wer folglich zuletzt noch Eigentümer war, ist unklar.

Weltbild ist insolvent.

Sanierungsbedarf angeblich bei 130 Millionen Euro

Es zeigte sich, dass der Sanierungsbedarf deutlich höher – bei 130 Millionen Euro – lag. Insgesamt schiebt die Verlagsgruppe unbestätigten Meldungen zufolge 190 Millionen Euro Schulden vor sich her. Das wollten die Bischöfe offenbar nicht mehr mitmachen. Sie zogen ihre ursprüngliche Finanzierungszusage von 60 Millionen Euro wieder zurück, wodurch die Insolvenz unvermeidlich wurde. Dieser Vorgang wird von den Beschäftigten und von *ver.di* heftig kritisiert. In einem offenen Brief wird den Bischöfen vorgeworfen, sie hätten *Weltbild* „bewusst in die Insolvenz getrieben“. Die Kirche habe einen „völlig widersprüchlichen und unklaren Kurs während der letzten Jahre“ gefahren. Der Brief ist nach Angaben von *ver.di* im Rahmen einer Betriebsversammlung von rund 1500 Beschäftigten unterzeichnet worden.

Heftige Kritik am Verhalten der Kirchenführer

Die *Verlagsgruppe Weltbild* hat etwa 6.800 Beschäftigte, davon 3.500 am Stammsitz in Augsburg. Die letzte veröffentlichte Umsatzzahl betrug 1,6 Milliarden Euro im Geschäftsjahr 2011/12 (30. Juni). Offenbar hat das Unternehmen schon seit einigen Jahren Verluste erlitten. Im ersten Halbjahr 2013 seien die Erlöse erneut stark gesunken, hieß es. *Weltbild* hat in den vergangenen Jahren das Verlagsgeschäft nach und nach verkauft, zuletzt im Sommer 2013 den 50-Prozent-Anteil an der *Verlagsgruppe Droemer-Knaur*. Seither ist sie nur noch im Buch- und Medienhandel aktiv und unter den Marken *weltbild.de*, *jokers.de* und *buecher.de* der zweitgrößte Onlinehändler in Deutschland (hinter *Amazon*). Außerdem betreibt sie ein klassisches Kataloggeschäft. Acht Wochen vor der Insolvenz hat *Weltbild* noch seinen Anteil am Onlinehändler *buecher.de* von 33,3 auf 66,7 Prozent erhöht. Der Kaufpreis dürfte bei etlichen Millionen Euro gelegen haben. Neben dem Onlineversand betreibt *Weltbild* gemeinsam mit *Hugendubel* die *DBH Holding*, zu der die Buchhandelsketten *Hugendubel*, *Weltbild plus*, *Weiland*, *Jokers* und *Wohlthat* sowie Auslandsgesellschaften in Österreich und der Schweiz gehören. Alles in allem werden derzeit rund 400 Buchläden betrieben.

Weltbild soll erhebliche Umsatzverluste erlitten haben.

Welche Auswirkungen der Insolvenzantrag haben wird, muss sich noch zeigen. Er bezog sich nur auf die Augsburger Verlagsgruppe, nicht auf die *DBH*. Der Geschäftsbetrieb soll weitergehen. Wie viele Beschäftigte ihren Arbeitsplatz verlieren werden, wird vom Verlauf der Insolvenz abhängen sowie davon, ob Unternehmensteile verkauft oder fortgeführt werden können. *Weltbild* hat in der jüngsten Vergangenheit schon einen Sparkurs betrieben. In den vergangenen beiden Jahren sind sechs Buchläden geschlossen worden, 2014 sollten sieben weitere folgen. Die Abteilung Kundenbetreuung mit 140 Beschäftigten soll aufgelöst und fremd vergeben werden. Unklar sind auch die Auswirkungen auf die „*Tolino-Allianz*“, das Konsortium aus *Weltbild*, *Thalia*, *Bertelsmann* und *Deutscher Telekom*, die erfolgreich ein Lesegerät für E-Bücher (in Konkurrenz zu *Amazon*) auf dem Markt platzieren konnte.

Der Geschäftsbetrieb soll weitergehen.

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