

# Gruener+Jahr ganz Bertelsmann

## Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft Juli bis September 2014 Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

22. Oktober 2014

An der Spitze der deutschen Medienwirtschaft hat es in jüngerer Zeit erstaunliche Veränderungen gegeben. Platz Eins der Rangliste – gemessen am Umsatz – wird zwar unangefochten vom *Bertelsmann*-Konzern besetzt, allerdings hat er seine Erlöse in den letzten sechs Jahren kaum steigern können (preisbereinigt sind sie gesunken). Bei der Nummer zwei, *Axel Springer*, ist 2013 der Umsatz deutlich geschrumpft, weil etliche Druckmedien und andere Beteiligungen verkauft worden sind. Bei der VG von *Holtzbrinck* macht sich ebenfalls der Ausstieg aus dem Zeitungsmarkt bemerkbar, außerdem die Abspaltung der *Dieter von Holtzbrinck Medien* 2009. Den steilsten Absturz (wenn man von der insolventen VG *Weltbild* absieht) erlebte die *Funke-Gruppe* (früher *WAZ-Gruppe*), deren Umsatz bis 2012 nahezu halbiert wurde. Für 2013 liegen hier noch keine Zahlen vor. Erfolgreichste Aufsteiger sind *Hubert Burda Media*, *Bauer Media* und *Sky Deutschland*. Während *Burda* und *Bauer* vorwiegend durch die Übernahme anderer Unternehmen gewachsen sind, expandierte *Sky* durch eigenes Geschäft. Der Umsatzsprung bei der *Südwestdeutschen Medienholding* war das Ergebnis der Übernahme des *Süddeutschen Verlags* 2008.

Deutliche Veränderungen in der Rangfolge der größten deutschen Medienunternehmen

### Die größten deutschen Medienunternehmen<sup>1)</sup>, Umsatz in Millionen Euro

	2007	2011	2012	2013
1. Bertelsmann	16.191	15.368	16.065	16.356
2. Axel Springer	2.578	3.185	3.310	2.801
3. Hubert Burda Media	1.687	2.176	2.456	2.617
4. ProSiebenSat.1 Media	2.703	2.199	2.356	2.605
5. Bauer Media Group	1.790	2.021	2.132	2.323
6. VG von Holtzbrinck	2.489	2.146	1.880	.
7. Sky Dt. (Premiere)	985	1.139	1.333	1.546
8. Funke-/WAZ-Gruppe	1.741	1.068	998	.
9. Springer SBM	906	875	981	.
10. Südwestdt. Medienhld.	260	987	955	.
(VG Weltbild)	1.940	1.657	1.590	610 <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> ohne öffentlich-rechtliche Anstalten

<sup>2)</sup> Geschäftsjahr 2013/14 (30. 6.); wegen der Insolvenz keine Zahlen für 2012/13

Quelle: Eigene Recherchen im Bundesanzeiger und in Medienberichten

## Bertelsmann SE & Co. KGaA

Sie wurde in den Medien als Sensation behandelt, obwohl sie das eigentlich nicht war: die Nachricht vom 6. Oktober 2014, dass *Bertelsmann* die Jahr-Familie beim Pressekonzern *Gruner+Jahr* ausgekauft hat. Denn solch einen Versuch hatte es schon vor zwei Jahren gegeben. Der war damals an unterschiedlichen Preisvorstellungen gescheitert. Für die 25,1 Prozent von *G+J* zahlt der Gütersloher Konzern nun angeblich 200 Millionen Euro, davon die Hälfte in bar und den Rest in Gewinnanteilen. Frühere Überlegungen, zur Bezahlung einige *Bertelsmann*-Prozente abzugeben, sind damit hinfällig. Die Jahr-Erben wollten Bares sehen.

*Bertelsmann übernimmt Gruner+Jahr vollständig.*

*Kaufpreis angeblich 200 Millionen Euro.*

*Bertelsmann* hat jetzt die volle Kontrolle über *Gruner+Jahr*. Bei „schmerzhaften“ Entscheidungen, z. B. Personalabbau (siehe unten), aber auch Investitionsvorhaben muss keine Rücksicht mehr auf einen Mitgesellschafter mit Sperrminorität genommen werden. Auch etwas anderes könnte durch den Vollerwerb leichter werden: der Verkauf. Entsprechende Gerüchte werden seit Jahren kolportiert und immer wieder demontiert, der Verdacht hält sich trotzdem hartnäckig. Denn eigentlich ist nicht so recht ersichtlich, weshalb man in Gütersloh die 100 Prozent haben will. Bei der *RTL-Gruppe* hat *Bertelsmann* gezeigt, dass er nicht unbedingt die volle Kontrolle braucht: Dort wurden 2013 die Anteile auf 75,1 Prozent verringert. Mit dem Erlös daraus sollte groß ins Bildungsgeschäft investiert werden, tönte Konzernchef Thomas Rabe bei jeder Gelegenheit. Nun fließen die Millionen erst einmal nach Hamburg.

*Die Gerüchte um einen Verkauf von G+J halten an.*

Die aktuelle Geschäftsentwicklung des Konzerns gibt keinen Anlass zu großem Optimismus. Wie schon nach dem ersten Quartal ist auch nach dem ersten Halbjahr 2014 offensichtlich, dass *Bertelsmann* Probleme vor sich her schiebt. Zwar ist der Umsatz um 6,7 Prozent auf 7,9 Milliarden Euro gestiegen, aber nur, weil die Buchsparte *Random House* mit *Penguin Books* fusioniert hat und *Bertelsmann* die Mehrheit hält. Der Bereich *Corporate Investments* ist durch den Vollerwerb des Musikverlags *BMG* gewachsen. Ein Plus – ebenfalls wegen Firmenübernahmen – gab es noch bei der Dienstleistungstochter *Arvato*, ansonsten dominiert die Farbe Rot. Bereinigt um die Akquisitionseffekte ist der Konzernumsatz um 2,4 Prozent gesunken.

*Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr: allenfalls befriedigend*

Noch schmerzhafter dürfte für Vorstandschef Rabe und die Eigentümerfamilie Mohn die Profitentwicklung sein. Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) hat nur minimal zugenommen, der bereinigte Vorsteuergewinn sank um fast ein Drittel und der Konzerngewinn – d. h. das was unterm Strich übrig blieb – sackte um fast 40 Prozent ab.

*Rückgang beim Nettoprofit um 40 Prozent*

Die Ursache für das mäßige Ergebnis ist rasch gefunden: Die bisher äußerst ergiebige Melkkuh *RTL-Group* schwächelt. In Deutschland und Holland läuft das Geschäft mit Fernsehen und Unterhaltung zwar immer noch gut (wenngleich nicht mehr sehr gut), in Frankreich aber gab es Verluste. Auch der Entertainmentkonzern *Fremantle Media* (eine *RTL*-Tochter) hat weniger umgesetzt. Voll ins Kontor schlug in Ungarn eine 40-prozentige Sondersteuer auf Werbung, von der der Marktführer „*RTL Klub*“ am stärksten betroffen wird. Die *RTL Group* musste 88 Millionen Euro auf ihre ungarische Tochter abschreiben. Die Entwicklung des ersten Halbjahrs 2014 macht deutlich, wie riskant die Abhängigkeit *Bertelsmanns* vom Fernsehgeschäft ist.

*Die RTL-Group hat Probleme.*

**Wirtschaftszahlen<sup>1)</sup> des Bertelsmann-Konzerns im ersten Halbjahr (in Millionen Euro)**

	2012	2013	2014	14/13 +/- %
Umsatz	7.572	7.354	7.846	+ 6,7
- RTL-Gruppe (Fernsehen)	2.819	2.755	2.687	- 2,5
- Arvato (Technik, Dienstleistungen)	2.092	2.113	2.230	+ 5,5
- Gruner+Jahr (Presse)	1.111	1.001	908	- 9,3
- Penguin Random House (Bücher)	947	915	1.461	+ 59,7
- Be Printers	565	512	482	- 5,9
- Corporate Investments	227	235	254	+ 8,1
- Corporate Center/Konsolidierung	- 184	- 177	- 176	-
EBITDA (operational)	.	1.011	1.015	+ 0,4
- RTL-Gruppe (Fernsehen)	498	631	612	- 3,0
- Arvato (Technik, Dienstleistungen)	88	160	162	+ 1,3
- Gruner+Jahr (Presse)	85	108	77	- 28,7
- Penguin Random House (Bücher)	113	131	159	+ 21,4
- Be Printers	15	25	29	+ 16,0
- Corporate Investments	- 27	- 10	16	-
- Corporate Center/Konsolidierung	- 42	- 38	-36	-
EBIT (um Sondereinflüsse bereinigt)	711	812	554	- 31,8
Konzerngewinn/-verlust	350	419	254	- 39,4
Investitionen	299	1.590	469	- 70,5
Nettofinanzschulden	1.987	1.471	1.224	- 16,8
Beschäftigte	104.286	111.099	111.761	+ 0,6

Quelle: Pressemitteilung der Bertelsmann SE & Co. KG a. A., 29. 8. 2014

Bei der Pressesparte *Gruner+Jahr* ist Ende August 2014 den Beschäftigten ein rigoroses Sparprogramm verkündet worden. Rund 400 von 2.400 Arbeitsplätzen sollen in den kommenden drei Jahren gestrichen werden – wenn möglich „sozialverträglich“. Alle Bereiche, auch die Redaktionen, werden betroffen sein. Dadurch will das Management unter Julia Jäkel 75 Millionen Euro pro Jahr einsparen. Zunächst aber werden zusätzliche Kosten von etwa 40 Millionen für Sozialpläne fällig werden.

Rigoroses Sparprogramm für Gruner+Jahr

Anfang September 2014 wurde zusätzlich den etwa 200 Redakteuren beim „Stern“ mitgeteilt, dass sich 26 von ihnen eine neue Stelle suchen müssen. Auch Langzeiterkrankte und Beschäftigte in Elternzeit bleiben nicht verschont. Seit Sommer letzten Jahres sind schon etwa 20 Stellen durch natürliche Fluktuation weggefallen. In einem Protestschreiben der „Stern“-Redaktion an Julia Jäkel werden die Einschnitte als „brutal“ gebrandmarkt.

Bei der „Gala“ werden die Ressorts Foto und Grafik zu einem neuen Ressort „Optik“ zusammengefasst. Im Zuge dessen verschwinden sechs von 20 Arbeitsplätzen. Auch bei den Tochterfirmen *Motorpresse Stuttgart* und „*Sächsische Zeitung*“ in Dresden sind Stellenstreichungen geplant.

Als Begründung wird das schrumpfende Geschäft genannt. Der Umsatz ist im ersten Halbjahr 2014 um 100 auf 908 Millionen Euro gesunken, der operative Gewinn fiel mit 77 Millionen Euro um 31 Millionen niedriger aus als im Vorjahr. Dabei spielen Beteiligungsverkäufe, etwa des US-Druckkonzerns *Brown Printing*, eine bedeutende Rolle. Aber auch die Vertriebs- und Werbeerlöse der Zeitschriften sind gesunken, besonders

Umsatz und Gewinn bei G+J sinken.

bei den „Flaggschiffen“. Der „Stern“ hat im ersten Halbjahr 2014 mit Anzeigen 9,2 Millionen Euro weniger als 2013 eingenommen (minus 14,4 Prozent), im Vertrieb betrug das Minus 3,6 Millionen Euro bzw. 8,2 Prozent. Die wachsenden Nutzerzahlen im Internet können solche Verluste nicht ausgleichen.

Für das Gesamtjahr 2014 geht *Bertelsmann* nicht mehr von steigenden, sondern von leicht sinkenden Profiten im Gesamtkonzern aus. Das Vorhaben, den Umsatz um eine auf 17,3 Milliarden Euro anzuheben, dürfte illusorisch geworden sein. Das gleiche gilt für das von Thomas Rabe gesteckte Ziel, bis 2017 auf 20 Milliarden Euro zu kommen. Hier hat der Vorstandsvorsitzende schon eingeschränkt, dass das nur mit großen Firmenübernahmen möglich sein werde. Die aber dürften schwierig werden, denn derzeit werden bei Akquisitionen oft Mondpreise verlangt.

Die Gewinnprognose wurde gesenkt.

Bertelsmanns Bilanz der Zu- und Verkäufe von Firmen fällt im dritten Quartal 2014 gemischt aus:

- Die *G+J-Ableger DPV Deutscher Pressevertrieb* hat im Juli 2014 seine Tochter *W. E. Saarbach* an den *IPS Pressevertrieb* verkauft.
- Ebenfalls im Juli 2014 hat die *RTL-Gruppe* ihre 50-Prozent-Beteiligung am indischen Sender „Big RTL Thrill“ an den Mitgesellschafter *Reliance* verkauft und damit ihr Engagement auf dem Subkontinent beendet.
- Der *Mohn Media Kalender & Promotions Service* ist im September 2014 an die Beteiligungsgesellschaft *Bavaria Industries Group* gegangen.
- Aus dem Bestand der abgewickelten *Wissenmedia GmbH* ist im August 2014 die *Wissenmedia Mapworks GmbH* an den *Kosmos Verlag* verkauft worden.
- Die *RTL-Gruppe* hat für 107 Millionen Euro 65 Prozent des US-Online-Marktplatzes *SpotXchange* gekauft.
- Der Fonds *Bertelsmann Asia Investments (BAI)* hat sich im August 2014 mit einem nicht genannten Anteil am chinesischen Speicherkartenproduzenten *Memblaze* und an der chinesischen Gesundheits-App *Dayima* beteiligt.
- Im September 2014 hat sich der *BAI* an der chinesischen Online-Jobbörse *Lagou* beteiligt. Bertelsmann ist in China mittlerweile an mehr als 25 Unternehmen beteiligt, die zusammen rund eine Milliarde US-Dollar (800 Millionen Euro) Umsatz erzielen.
- *RTL Radio Center Berlin* hat im August 2014 zehn Prozent der Betreibergesellschaft des Berliner Jugendsenders *93,6 Jam FM* gekauft.
- Die *RTL-Gruppe* hat im September 2014 die *Econa Shopping GmbH* für 27,5 Millionen Euro erworben.
- Der einzige Einkauf im viel gepriesenen Bildungsgeschäft erfolgte Ende September 2014: *Bertelsmann* hat sich mit einem „signifikanten Anteil“ am US-Online-Bildungsanbieter *Udacity* beteiligt.

Firmenkäufe und -verkäufe im dritten Quartal

## Axel Springer SE

Der *Springer*-Konzern hat das erste Halbjahr 2014 mit einem Umsatzplus von 6,2 Prozent abgeschlossen – allerdings unter Ausklammerung der verkauften Geschäftsfelder (insbesondere Zeitungen und Zeitschriften). Wegen der neuen Konzernstruktur gibt es keine Vergleichszahlen für 2012. Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) ist um 10,6 Prozent gewachsen und der Nettogewinn sogar um ein Viertel, bereinigt um 13 Prozent.

Umsatzplus von  
6,2 Prozent

### Wirtschaftszahlen der Axel Springer SE im ersten Halbjahr (Millionen Euro)

	2013	2014	+/- %
Umsatz	1.352,4	1.436,8	+ 6,2
- Bezahlangebote	739,6	760,2	+ 2,8
- Vermarktungsangebote	338,6	370,8	+ 9,5
- Rubrikenangebote	197,1	226,6	+ 15,0
- Services/Holding	77,0	79,1	+ 2,7
- Werbung	786,4	855,3	+ 8,8
- Ausland	564,5	609,7	+ 8,0
Betriebsergebnis (EBITDA)	240,7	266,1	+ 10,6
- Bezahlangebote	125,1	132,7	+ 6,1
- Vermarktungsangebote	53,3	55,3	+ 3,8
- Rubrikenangebote	81,0	101,0	+ 24,6
- Services/Holding	- 18,7	- 22,9	-
Überschuss	113,3	141,6	+ 24,9
Überschuss bereinigt	122,3	138,2	+ 13,0
Beschäftigte (Durchschnitt)	12.859	13.295	+ 3,4

Quelle: Pressemitteilung der Axel Springer SE, 5. 8. 2014

Das mit Abstand größte Segment sind die „Bezahlangebote“. Hier finden sich neben den meisten Auslandsbeteiligungen und den wenigen verbliebenen Zeitschriften die beiden „Inhalte-Marken“ BILD und WELT. Dazu gehören dann auch die jeweiligen Tages- und Sonntagszeitungen sowie deren Magazinableger („Sport Bild“ usw.). Der Umsatz der Bezahlangebote ist im ersten Halbjahr um 2,8 Prozent gestiegen – allerdings hauptsächlich durch Zukäufe (etwa den Fernsehsender „N 24“ und die Fitness-App „Runtastic“). Bereinigt hat der Umsatz nur um 0,3 Prozent zugelegt.

Das größte Segment sind die „Bezahlangebote“.

Separate Zahlen für die gedruckten Medien nennt Axel Springer nicht mehr. Die Vertrieblerlöse des Segments Bezahlangebote sind insgesamt um 4,4 Prozent auf 364,7 Millionen Euro gesunken, in Deutschland war das Minus wegen Preiserhöhungen, neu eingeführter Internetgebühren und der BILD-Sonderausgabe zur Fußball-WM deutlich geringer (minus 0,4 Prozent). Die Werbeerlöse legten um 5 Prozent auf 329,4 Millionen Euro zu, das EBITDA um 6,1 Prozent auf 132,7 Millionen Euro, wobei auch hierfür die Firmenzukäufe ausschlaggebend waren.

Die Konzernführung nutzt den Verkauf der meisten Printprodukte an die *Funke-Gruppe* für einen Umbau der Strukturen. Dabei geht es – wie sollte es anders sein – hauptsächlich um Ausgründungen, Schließungen und Rationalisierungen.

Strukturveränderungen zu Lasten der Beschäftigten

- Im September 2014 wurde die WELT-Gruppe mit dem Fernsehsender „N 24“ in einer neuen tariflosen GmbH „zusammengeführt“. Anfang 2015 sollen die Redakteure der Gruppe folgen.

- Bis März 2015 werden der Bereich IT-Operations in Hamburg und die interne IT-Betreuung in den BILD-Außenbüros nach Berlin verlagert. Der Großteil der 70 Betroffenen soll zwar neue Arbeitsplätze in Berlin angeboten bekommen, aber etliche Tätigkeiten würden „trotz der damit verbundenen schmerzlichen Konsequenzen“ an Dienstleister vergeben.
- Sehr konkret sind offenbar auch die Planungen für eine Ausgliederung der Druckereien. Nach dem Verkauf der meisten Druckmedien wachsen die Befürchtungen, dass dieser Bereich ganz abgestoßen wird.

Im Firmenbestand *Springers* hat es im dritten Quartal mehr Ab- als Zugänge gegeben:

- Springers Online-Einkaufsportale *KaufDa* hat im Juli den Konkurrenten *MeinProspekt* gekauft.
- Die französische Immobilientochter *SeLogger.com* hat im Juli ihren 17,2-Prozent-Anteil an der australischen Plattform *iProperty Group* verkauft. Der Preis betrug 75 Millionen Euro – 55 Millionen mehr als *SeLogger* 2011 für ihren Anteil bezahlt hatte.
- Im September hat Springer seinen 33,3-Prozent-Anteil am Onlinehändler *buecher.de* an die *Weltbild*-Gruppe verkauft.
- Zwei Startup-Firmen sind liquidiert worden: die Second-Screen-App *TunedIn* (Springer-Anteil 84 Prozent) und die Gutscheine-App *Last Minute Local* (ein Springer-Geschöpf). Beide hatten nicht den gewünschten wirtschaftlichen Erfolg.
- Mitte Oktober wurde außerdem bekannt, dass *Springer* 49,9 Prozent der Fernsehproduktionsfirma *Schwartzkopff TV* an die holländische *Talpa Media* (John de Mol) verkauft hat.

Firmenkäufe und -verkäufe im dritten Quartal

Im kommenden Jahr will *Springer* eine europäische Ausgabe des US-Politikportals „Politico“ starten. Wie viel Geld der Konzern in das Vorhaben stecken wird, wurde nicht verraten (siehe auch Teil 1 dieses Berichts, Seite 18).

Springer will „Politico“ in Europa lancieren.

## Bauer Media Group

Um neun Prozent hat der Hamburger *Bauer*-Konzern seinen Umsatz im vergangenen Jahr gesteigert – hauptsächlich wegen der Übernahme des australischen Großverlags *ACP*. Ohne dieses Geschäft hätte sich der Umsatz „stabil“ entwickelt, teilte die Verlegerin Yvonne Bauer mit. Mit dem Kerngeschäft (über 600 Zeitschriften in 37 Ländern, einige Zeitungen) erzielt *Bauer* rund 80 Prozent seiner Erlöse. Auch hier kommt der Zuwachs um 8,8 Prozent von der *ACP*-Übernahme. Zum Gewinn macht der Konzern keine Angaben.

Neun Prozent Umsatzplus bei Bauer – dank der Zukäufe

Der *Bauer*-Konzern finanziert sich traditionsgemäß vorwiegend aus dem Vertrieb. Das war im Jahr 2013 nicht anders: Etwa 59 Prozent aller Einnahmen wurden über Abonnements und Kioskverkauf erzielt, im Vorjahr waren es 61 Prozent gewesen. Im Internet ist *Bauer* nach wie vor nur spärlich unterwegs (Umsatzanteil 3,5 Prozent). Aus dem 2011 angekündigten „deutlichen Sprung nach vorne“ im Digitalgeschäft ist bislang nicht viel geworden.

**Wirtschaftszahlen der Bauer Media Group (in Millionen Euro)**

	2006	2008	2010	2012	2013	13/12 %
Konzernumsatz	1.791	1.789	2.129	2.132	2.323	+ 9,0
- Inland	1.006	925	873	845	825	- 2,4
- Ausland insgesamt	785	864	1.256	1.348	1.498	+ 11,1
- Vertrieb	1.306	1.216	1.336	1.295	1.370	+ 5,8
- Anzeigen	372	365	381	407	482	+ 18,4
- Print	1.193	1.610	1.717	1.703	1.852	+ 8,8
- Radio	-	51	179	204	203	- 0,5
- Digital	.	.	52	66	81	+ 22,7
- Sonstige (Druck, Logistik)	113	128	181	159	187	+ 17,6
Beschäftigte (Schätzung)	.	.	7.000	11.000	11.000	-

Quelle: Pressemitteilung der Bauer Media Group, 27. 8. 2014, sowie frühere; eigene Berechnungen

Dem soll womöglich ein im August 2014 aufgelegter Fonds *Bauer Venture Partners* abhelfen. Der Risikokapitalfonds wird mit 100 Millionen Euro ausgestattet und soll in „junge Technologieunternehmen mit hochskalierbaren digitalen Geschäftsmodellen“ investieren.

*Bauer steigt ins Risikokapital ein.*

Weniger zukunftsweisend ist der Umgang *Bauers* mit den 22 Beschäftigten der *VU Verlagsunion KG* in Walluf bei Wiesbaden. Ihre Arbeitsplätze werden an den Hauptsitz nach Hamburg verlagert. Die Betroffenen bekommen – wie vom Gesetz vorgeschrieben – Stellen an der Elbe angeboten. Wer nicht umziehen will oder kann, wird entlassen.

*Die Verlagsunion verschiebt Arbeitsplätze.*

**ProSiebenSat.1 Media Group AG**

Im ersten Halbjahr 2014 hat die *ProSiebenSat.1-Gruppe* den Umsatz um 7,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr gesteigert. Gegenüber dem ersten Halbjahr 2012 sind die Erlöse geschrumpft, weil zwischenzeitlich ausländische Fernsehsender verkauft worden sind. Das verbliebene Fernsehgeschäft in Deutschland, Österreich und der Schweiz trägt drei Viertel des Gesamtgeschäfts und hat um 3,5 Prozent zugelegt. Der Bereich „Digital & Adjacent“ (Digital und Angrenzendes), in dem u. a. Heimkino und Videospiele zusammengefasst sind, ist durch mehrere Übernahmen um 21,9 Prozent gewachsen und steht für ein Fünftel der Erlöse (Vorjahr 17,6 Prozent).

*3,5 Prozent Plus beim Fernsehen*

Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) ist ähnlich wie der Umsatz gewachsen. Beim Nettogewinn allerdings hat es einen Rückgang um fast ein Drittel gegeben. Der starke Anstieg der Schulden wird auf eine „Umgliederung der liquiden Mittel der osteuropäischen Aktivitäten“ zurückgeführt.

*Schrumpfung um 31 Prozent beim Nettogewinn*

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

	2012	2013	2014	14/13 %
Außenumsatz	1.358,1	1.187,6	1.272,2	+ 7,1
- Fernsehen deutschsprachig	888,9	927,8	960,4	+ 3,5
- Fernsehen international	297,7	-	-	-
- Digital und Angrenzendes <sup>2)</sup>	142,6	209,2	255,1	+ 21,9
- Produktion und Rechtehandel	28,9	50,5	56,7	+ 12,3
Bereinigtes EBITDA <sup>3)</sup>	385,1	337,2	359,3	+ 6,6
- Fernsehen deutschsprachig	285,2	293,4	308,2	+ 5,0
- Fernsehen international	62,7	-	-	-
- Digital und Angrenzendes	37,7	44,3	54,6	+ 23,3
- Produktion und Rechtehandel	- 0,5	1,8	- 1,2	-
Betriebsergebnis (EBITDA)	343,9	320,7	344,6	+ 7,5
Netto-Ergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	134,7	192,2	132,5	- 31,1
Investitionen ins Programm	584,6	489,1	469,3	- 4,1
Nettofinanzschulden	1.817,8	553,8	1.823,7	> 100
Beschäftigte (30. 6.)	4.224	3.281	4.173	+ 27,2

<sup>1)</sup> vor bzw. nach den jeweils fortgeführten Aktivitäten

<sup>2)</sup> Online-Videothek, Onlinespiele, Wagnisbeteiligungen <sup>3)</sup> bereinigt um Sondereffekte

Quelle: Halbjahresbericht der ProSiebenSat.1 Media AG vom 31. 7. 2014

Ein Schmankerl der besonderen Art hat es im August 2014 gegeben. Die ehemaligen Eigentümer, die Finanzinvestoren *KKR* und *Permira*, haben sich für ihren erfolgreichen Ausstieg Ende 2013 erkenntlich gezeigt und 76,8 Millionen Euro Sonderzahlung springen lassen. Natürlich nicht für die gesamte Belegschaft, sondern für das Spitzenpersonal. Vorstandschef Thomas Ebeling bekam 23,4 Millionen Euro, Finanzvorstand Axel Salzmann 12,8 Millionen, sein Kollege Christian Wegner 10,7 Millionen usw. Der Vorgang hat Tradition, denn auch beim letzten Eigentümerwechsel 2007 (von *Haim Saban* an *KKR/Permira*) sind 23 Millionen Euro als Sonderprämie bezahlt worden. Der Betriebsrat von P7S1 verlangte, dass diesmal ein Teil der Sonderzahlung an die Belegschaft verteilt werden sollte. Damit stieß er beim Management aber auf keinerlei Verständnis.

77 Millionen extra  
für die Manager

**ARD und ZDF**

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben 2013 ihr erstes Geschäftsjahr unter den neuen Finanzierungsbedingungen abgeschlossen. Die frühere gerätebezogene Rundfunkgebühr ist durch einen allgemeinen „Rundfunkbeitrag“ von monatlich 17,98 Euro pro Haushalt ersetzt worden. Die Umstellung sollte aufkommensneutral erfolgen, und im Wesentlichen ist das auch gelungen. Die Gesamteinnahmen sind zwar um 190 Millionen auf 7,68 Milliarden Euro gestiegen, das Plus war aber nur deshalb so hoch, weil 2012 die eigentlich fällige Gebührenerhöhung unterblieben war. Damals hatte die *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* (KEF) selbst festgestellt, dass eine Finanzierungslücke von 304 Millionen Euro jährlich entsteht. Sie wurde bewusst in Kauf genommen, weil – so die Begründung – die Auswirkungen der neuen Finanzierungsart abzuwarten seien.

Neue Finanzierungs-  
basis für ARD  
und ZDF



**Erträge aus Rundfunkgebühren bzw. -beiträgen (in Milliarden Euro)**

Jahr	Hörfunk	Fernsehen	Gesamt
1997	2,09	3,52	5,61
2000	2,22	3,69	5,92
2001*)	2,47	4,18	6,65
2004	2,57	4,28	6,86
2005*)	2,66	4,47	7,12
2007	2,73	4,56	7,30
2009*)	2,82	4,76	7,60
2011	2,80	4,71	7,53
2012	2,78	4,68	7,49
2013*)	.	.	7,68

\*) Gebührenerhöhungen zum 1. 1. 2001, zum 1. 4. 2005 und zum 1. 1. 2009; Umstellung von der Rundfunkgebühr auf den Rundfunkbeitrag zum 1. 1. 2013

Quelle: ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice, Geschäftsbericht 2013, S. 37

Die Einnahmen von *ARD*, *ZDF* und *Deutschlandradio* haben 2013 das Niveau von 2009, als die Gebühr zum letzten Mal erhöht worden war, um 80 Millionen Euro bzw. ein Prozent übertroffen. Die von der KEF festgestellte Finanzierungslücke von 304 Millionen Euro wird bei weitem nicht geschlossen. Trotzdem gab es im Frühjahr 2014, als sich das Niveau der Einnahmen aus dem Rundfunkbeitrag abzeichnete, heftige Kritik an den angeblich unersättlichen Anstalten. In deren Ergebnis empfahl die KEF, die Mehreinnahmen zur Hälfte in die Rücklagen zu stecken (womit sie für Ausgaben blockiert werden) und den Rest zur Finanzierung einer Beitragssenkung zu verwenden. Weshalb ARD und ZDF dem zugestimmt haben, bleibt ihr Geheimnis. Im März 2014 beschlossen die Ministerpräsidenten der Bundesländer erwartungsgemäß, dass die Monatsgebühr von 17,98 auf 17,50 Euro gesenkt wird. Damit wird eine dauerhafte Unterfinanzierung der öffentlich-rechtlichen Sender programmiert.

Mit dem neuen Rundfunkbeitrag wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk systematisch unterfinanziert.

**Verteilung der Erträge aus Rundfunkbeiträgen 2013 (in Millionen Euro)**

Empfänger	Gesamt	darunter
		Landesmedienanstalten
Westdeutscher Rundfunk	1.179,2	30,5
Südwestrundfunk	1.020,9	26,4
Norddeutscher Rundfunk	982,6	25,4
Bayerischer Rundfunk	917,7	23,8
Mitteldeutscher Rundfunk	601,7	15,6
Hessischer Rundfunk	418,0	10,8
Rundfunk Berlin-Brandenburg	385,8	10,0
Saarländischer Rundfunk	67,9	1,8
Radio Bremen	44,5	1,2
ARD gesamt	5.618,4	145,3
ZDF	1.866,0	-
Deutschlandradio	196,8	-
Gesamt	7.681,2	145,3

Quelle: Beitragsservice a. a. O., S. 37

Von den 7,7 Milliarden Euro Gesamteinnahmen gehen 5,6 Milliarden an die ARD, 1,9 Milliarden an das ZDF, 197 Millionen an das Deutschlandradio und 145 Millionen Euro an die Landesmedienanstalten. Hinzu kamen 2013 noch 297 Millionen Euro Werbeerlöse für ARD und ZDF.

Die Folgen der politisch gewollten Unterfinanzierung lassen sich derzeit beim *Norddeutschen* (NDR) und *Westdeutschen Rundfunk* (WDR) besichtigen. NDR-Intendant Lutz Marmor informierte im Mai 2014 den Verwaltungsrat über ein Sparprogramm von 37 Millionen Euro in den kommenden zwei Jahren. Details würden noch geklärt. Weiterer Stellenabbau über den bis 2016 ohnehin vereinbarten hinaus werde es nicht geben. Beim WDR hat der neue Intendant Tom Buhrow im Mai 2014 verkündet, dass in den kommenden Jahren 500 Planstellen gestrichen werden sollen. Außerdem wolle der WDR seine Aufgaben reduzieren, Sachkosten senken und die Effizienz steigern. In beiden Fällen werden die Maßnahmen mit den sinkenden Einkünften begründet.

Stellenabbau bei NDR und WDR

Die privatkapitalistischen Tochterfirmen von ARD und ZDF haben sich an anderen Firmen beteiligt und Beteiligungen untereinander getauscht:

- *ZDF Enterprises* hat seine Beteiligung an der Kölner *Gruppe 5 Filmproduktion GmbH* von 49 auf 74,9 Prozent erhöht. Die restlichen Anteile besitzt die NDR-Tochter *Studio Hamburg*.
- Die *Studio Hamburg GmbH* hat vom Schauspieler Christian Ulmen jeweils 50 Prozent von dessen Firmen *Ulmen Television* und *Ulmen Film* gekauft.
- Die *Bavaria Film GmbH*, die mehreren ARD-Anstalten (*WDR, BR, MDR, SWR*) gehört, hat ihre Anteile an der *Colonia Media GmbH* von 50 auf 100 Prozent aufgestockt. Verkäufer war die *WDR Mediagroup*.

Kapitalverschiebungen bei den Produktionstöchtern

## Funke-Gruppe

Der Essener Konzern hat durch die gezielte Insolvenz von Lokalausgaben im Ruhrgebiet von sich reden gemacht. Von der „Westfälischen Rundschau“ in Dortmund (Deutschlands erster Zeitung ohne Redaktion) und der „Westdeutschen Allgemeinen Zeitung“ in Essen sollten sieben Lokalausgaben an das Dortmunder *Medienhaus Lensing* verkauft werden. Das ist im August 2014 vom *BKA* untersagt worden, weil damit Monopolstellungen an den jeweiligen Orten geschaffen würden und die Voraussetzungen für eine Sanierungsfusion nicht vorlägen. Im September 2014 hat nun *Funke* für die sieben Lokalausgaben eine Insolvenz in Eigenverantwortung erklärt. Dafür muss weder eine Überschuldung noch eine Zahlungsunfähigkeit nachgewiesen werden, es genügt eine drohende Zahlungsunfähigkeit. Danach darf das betreffende Unternehmen verkauft werden. Und weil außer *Lensing* kein weiterer Interessent vorhanden ist, dürfte das Verbot des *BKA* auf diesem Wege ausgehebelt werden.

Gezielte Insolvenz für Lokalteile im Ruhrgebiet

So einfach wie bei der *WR* wird *Funke* bei einem anderen Streitpunkt mit dem *BKA* nicht davonkommen. Auch ein Jahr nach dem Abkommen mit *Axel Springer* liegt ein wichtiger Teil dieses Deals auf Eis. Geplant war, dass *Springer* seine restlichen Regionalzeitungen und den größten Teil seiner Zeitschriften für 920 Millionen Euro an *Funke* verkauft und den Essener Konzern im Gegenzug mit je 25 Prozent an seinen Vermarktungs- und Vertriebsfirmen beteiligt. Damit entstünde der größte Block in der deutschen Verlagslandschaft: ein weit überlegener Vertriebsriese und ein Vermarkter, der auf Augenhöhe mit den TV-Gruppen handeln könnte.

Die Fusionspläne von Springer und Funke bei Vermarktung und Vertrieb hängen in der Luft.

*Springers* Vermarktungsfirma *ASMI* bezieht ihre Macht von der „Bild“-Zeitung mit rund zwölf Millionen Lesern. Im Verbund mit den großen *Funke*-Blättern im Ruhrgebiet, Berlin, Hamburg und anderswo entstünde eine Stellung, die das *BKA* offenbar als marktbeherrschend und damit nicht genehmigungsfähig betrachtet. Ganz ähnlich liegen die Dinge beim Vertrieb: Die Fusion der Nationalvertriebsfirmen *MZV* (*Funke*) und *ASV* (*Springer*) sowie der jeweiligen Zeitungsvertriebsfirmen würden eine Elefantenhochzeit bedeuten, der das *BKA* genausowenig zustimmen will. Bis heute haben *Springer* und *Funke* ihre Anträge noch nicht offiziell eingereicht.

Im Rahmen des Deals mit *Springer* hat *Funke* etliche Fernsehprogramm-Zeitschriften übernommen und damit sein eigenes Portfolio auf diesem Markt vergrößert. Hierfür werden nun neue Redaktionsstrukturen eingerichtet. In Hamburg und München wird jeweils ein journalistisches Zentrum für „Aktuelles & Wissen“ bzw. „Ratgeber & Service“ geschaffen. Alle zwölf Titel des Konzerns werden von diesen „journalistischen Qualitätsschmieden“ (so Chefredakteur Jochen Beckmann) mit Inhalten beliefert.

Journalistische  
Zentren für die  
Programmblätter

Im September 2014 hat *Funke* seinen Anteil von 33,3 Prozent an der *markt.gruppe* an die Miteigentümer *Ippen-Gruppe* und *ProServ* (Rheinische Post) verkauft. Die Firma betreibt eine Reihe von Internetmarktplätzen (*immowelt.de*, *stellenanzeigen.de*, *markt.de* u. a.). *Funke* wolle sich mit dem Schritt „neue Handlungsspielräume“ bei Onlineschäften eröffnen, erzählte der Noch-Geschäftsführer Thomas Ziegler.

Funke ist bei der  
markt.gruppe aus-  
gestiegen.

Auch Positives gibt es aus Essen zu berichten: Die Onlineredakteure in NRW werden künftig als Teil des „Content Desks“ nach Tarif bezahlt und damit den Zeitungsredakteuren gleichgestellt. Für die Fotografen gilt das noch nicht; sie werden weiterhin untertariflich entlohnt.

Neu: Onlineredak-  
teure sind Redak-  
teure

## Amazon.com Inc.

Der Onlinehändler aus Seattle hat vor und während der Frankfurter Buchmesse im Oktober 2014 viele Diskussionen geprägt. Dafür gab es mehrere Anlässe: den Start einer E-Buch-Flatrate („Kindle Unlimited“), den Einstieg in neue Märkte („Fire Phone“, „Fire TV“) und nicht zuletzt den weiter schwelenden Konflikt mit der *Verlagsgruppe Bonnier*, die hier stellvertretend für alle deutschen Buchverlage steht.

In den USA war im Frühjahr 2014 bekannt geworden, dass Bücher von *Hachette Books*, dem drittgrößten US-Verlag, von *Amazon* verzögert ausgeliefert werden und nicht vorbestellt werden können. Auch in den Empfehlungen auf der Website des Onlinehändlers tauchen sie nicht mehr auf. Wenig später wurde gemeldet, dass in Deutschland das gleiche mit der *Verlagsgruppe Bonnier* (u. a. Ullstein, Carlsen, Piper) geschieht.

Der Konflikt zwi-  
schen Amazon und  
Bonnier schwelt  
weiter.

Wenn die Berichte stimmen (eine offizielle Bestätigung liegt nicht vor), dann hat der Onlinehändler beim Konflikt mit *Bonnier* zurückstecken müssen. Sein neuer Kompromissvorschlag liege weit unter früheren Forderungen, schrieb der „Spiegel“ Mitte September. Statt 50 plus x Prozent wolle er sich mit weniger als 40 Prozent Händlerabbat bei E-Büchern begnügen und außerdem diese Bedingungen ungewöhnlich lange, für vier Jahre, garantieren. Aber zu einer Einigung ist es immer noch nicht gekommen.

Was sind die Ursachen für den Streit? Vordergründig will der US-Konzern mehr Geld bei elektronischen Büchern („E-Bücher“) verdienen. Schon der Umstand, dass durch Druck in einem Markt (gedruckte Bücher) Forderungen in einem anderen Markt

(E-Bücher) durchgesetzt werden sollen, zeigt, dass es um mehr geht. *Amazon* will den gesamten Buchmarkt unter Kontrolle bekommen und nach seinen Bedürfnissen strukturieren. Der Kristallisationspunkt ist dabei der E-Reader „Kindle“. Auf ihm können nur *Amazon*-Dateien gelesen werden. Wenn es gelingt, dieses Lesegerät als Standard zu etablieren, dann sind die Verlage gezwungen, sich dem US-Konzern zu beugen, und die Leser haben keine Alternative mehr.

*Amazon will den Buchmarkt kontrollieren.*

*Amazons* stärkster Trumpf ist dabei seine Allgegenwart. Das Unternehmen ist in Deutschland nicht nur das größte Buchkaufhaus, sondern seit der Übernahme des Online-Buchantiquariats *ZVAB* und dessen einstigem Konkurrenten *Abebooks* 2011 auch der Quasi-Monopolist bei gebrauchter Literatur. Er hält die führende Position bei E-Büchern und E-Readern und ist gerade dabei, sich als Buchverleger festzusetzen.

Das geschieht auf zwei Wegen. Man bietet Autoren eine Plattform zum Selbstverlag („Kindle Direct Publishing“) an. Diese Werke sind in den USA schon eine ernstzunehmende Sparte geworden, in Deutschland ist der Anteil am Buchumsatz gering, wenn auch angeblich steigend (verlässliche Zahlen gibt es nicht). Wer auf diesem Weg publiziert, bleibt auf die *Amazon*-Plattform beschränkt.

*Amazon als Buchverleger: mit „Self-Publishing“ und mit eigenen Verlagen*

Außerdem hat der Konzern eine Reihe von Verlagen gegründet, deren Produkte als E-Buch selbstverständlich ebenfalls nur für den „Kindle“ vertrieben werden. *Amazon Publishing*, gegründet 2009 in den USA, unterhält seit 2013 eine Dépendance in Luxemburg. Offenbar bemüht er sich darum, einen Groen der Branche zu übernehmen. Als im Juli 2014 Gerüchte aufkamen, *Amazon* wolle den viertgroten US-Verlag *Simon & Schuster* (582 Millionen Euro Jahresumsatz), eine Tochter des Medienkonzerns *CBS*, kaufen, schlug das hohe Wellen. Denn damit wäre der Konzern nicht mehr vom stationären Buchhandel fernzuhalten, wie das derzeit in den USA der Fall ist.

Seit einiger Zeit versucht *Amazon* zudem, prominente Autoren abzuwerben. Dazu werden in den USA defizitäre Tantiemen (30 bis 70 Prozent des Verkaufspreises) geboten, die kein Verlag zahlen kann. Sollte es gelingen, einige Bestsellerautoren zu gewinnen, dann wäre der Konzern auch damit seinem Ziel, sich als Alternative zu den etablierten Verlagen zu präsentieren, deutlich näher.

Das neueste Instrument, um Buchhändler und Verlage zu schwächen, ist die Literatur-Flatrate („Kindle Unlimited“). Seit Anfang Oktober 2014 haben Nutzer für 9,99 Euro pro Monat der Zugriff auf 650.000 Titel, davon 40.000 auf deutsch. Wer muss da noch einen Buchladen aufsuchen, wie soll da ein normal kalkulierender Verlag mithalten? Die meisten groeren und groen Verlage stellen ihre aktuellen Titel nicht für die Flatrate zur Verfügung. Mit *Bastei-Lübbe* hat *Amazon* allerdings einen entsprechenden Vertrag geschlossen; Details sind nicht bekannt.

*Literatur-Flatrate für 9,99 Euro pro Monat*

Das Modell *Amazon*, sollte es sich denn auf dem deutschen Buchmarkt durchsetzen, wäre nicht nur die Infrastruktur der Buchbranche zerstoren, sondern den gesamten Literaturbetrieb auf stromlinienformige Bestsellerliteratur trimmen. Von den Daten über das Leserverhalten auf dem „Kindle“ dürfte die künftige Machart von Literatur bestimmt werden. Vielleicht wird bald bei der Bestsellerproduktion zuerst ein Zielgruppentest durchgeführt, ehe der Autor zu schreiben beginnt. Sperrige Werke, die nicht ins aktuelle Marktschema passen, werden heute von den Verlagen manchmal noch über die Bestseller mitfinanziert. Damit wäre es dann wohl vorbei.

*Amazons Geschäftsmodell geführt die Buchbranche.*

**Amazon-Geschäftszahlen (in Mrd. Euro<sup>1</sup>)**

	2010	2011	2012	2013
Konzernumsatz weltweit	26,9	37,8	48,0	58,6
operativer Gewinn	.	.	0,53	0,59
Nettogewinn	0,90	0,50	- 0,03	0,16
Konzernumsatz Deutschland	3,9	5,3	6,4	7,7
- darunter Medien <sup>2</sup>	.	.	2,6	3,0
- darunter Bücher <sup>2</sup>	.	1,5	1,8	1,9
Buchumsatz in Deutschland	9,7	9,6	9,5	9,5

<sup>1</sup> Wechselkurs: 1 \$ = 0,79 € (25. 9. 2014)

<sup>2</sup> Schätzung

Quelle: *boersenblatt.online*, 23. 5. 2014; *buchreport-express*, 7. 2. 2013

So bedrohlich die Position von Amazon auch ist, machtlos sind die Buchhändler und Verlage nicht. Das hat nicht nur die mögliche Wende im Streit mit der *Verlagsgruppe Bonnier* gezeigt, dafür spricht auch der wirtschaftliche Druck, unter dem das Unternehmen steht.

Amazon steht wirtschaftlich unter Druck.

- Das Steuersparmodell ist gefährdet. Bislang zahlt Amazon kaum Steuern, weil die europäische Firmenzentrale in Luxemburg angesiedelt ist. Ab 2015 werden Steuern in den Ländern fällig, in denen Kunden bestellt haben.
- Der Widerstand gegen ausbeuterische Arbeitsbedingungen hält an. Zwar verweigert das Management in Deutschland jegliche Gespräche über einen besseren Tarifvertrag (es gilt der für die Logistikbranche, ver.di will den für Buchhändler durchsetzen), aber die Warnstreiks gehen weiter und sollen verstärkt werden. Das gefährdet die Kalkulation mit Billiglöhnen und außerdem die Reputation.
- Das Management steckt fast alle Profite in die Investitionen und nimmt dafür Mini-Renditen und sogar Verluste in Kauf. Dieser Kurs wird von den Anteilseignern nur noch widerwillig geduldet, solange sie dem Versprechen auf eine künftige Monopolstellung glauben. Der Aktienkurs sinkt.

Deshalb ist es bedeutsam, dass der E-Reader „Kindle“ in Deutschland bisher nicht die überragende Stellung erringen konnte, die er etwa in den USA und England hat. Ein Bündnis aus *Bertelsmann*, *Weltbild*, *Thalia* und der *Deutschen Telekom*, seit kurzem verstärkt durch den Grossisten *Libri*, bietet mit dem „Tolino“ ein Alternativprodukt an, das technisch gleichzieht und eine offene Plattform für verschiedene Dateiformate bietet. Ende 2013 hatte der „Kindle“ einen Marktanteil von 43 Prozent und der „Tolino“ von 38 Prozent. Neuere Zahlen sind nicht bekannt.

„Kindle“ ist in Deutschland nicht so erfolgreich wie anderswo.

In Deutschland, wo die Buchpreise fixiert sind, gibt es eigentlich keinen Grund, Literatur bei *Amazon* zu kaufen. Jede Buchhandlung beschafft Bestellungen bis zum Folgetag. Wer nicht in den Laden gehen mag oder kann, findet Onlinehändler, die den gleichen Bestell- und Lieferservice bieten wie der Marktführer. Und bei E-Büchern gibt es eine bessere – weil offene – Plattform mit gleichwertigen Lesegeräten. Solange trotzdem drei von vier Onlinekäufern den Dienst aus Seattle nutzen, dürfte dessen Frontalangriff schwer aufzuhalten sein.

## Sky Deutschland AG

Der größte deutsche Anbieter für Bezahlfernsehen sieht sich nach Abschluss des ersten Halbjahrs 2014 weiter auf der Erfolgsspur. Die Zahl der Kunden liegt nunmehr bei 3,8 Millionen, der Umsatz pro zahlendem Kunden („ARPU“) konnte um 85 Cent auf 34,59 Euro verbessert werden. Dem entsprechend ist auch der Umsatz im ersten Halbjahr um 14,7 Prozent auf 848 Millionen Euro gestiegen. Der EBITDA-Gewinn (vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) ging allerdings um 5,9 Prozent auf 37 Millionen Euro zurück. Der Nettoverlust ist sogar von 35,9 auf 36,2 Millionen Euro gestiegen.

Sky hat in Deutschland 3,8 Millionen Abonnenten.

Sky bleibt defizitär.

Bislang gehört das Münchner Unternehmen, das früher „Premiere“ hieß, zu 57,4 Prozent der US-Medienholding *21st Century Fox*; diese wiederum gehört zum Imperium des angloamerikanischen Medienmoguls *Rupert Murdoch*. Der Rest der Sky-Anteile befindet sich im Streubesitz. Murdoch plant bis Ende 2014 eine Kapitalverschiebung: *21st Century Fox* hält neben *Sky Deutschland* auch 100 Prozent am Absender *Sky Italia*. Murdoch hat mit 39 Prozent die Kontrolle über den englischen Bezahlender *BSkyB*. Dieser soll nun *Century Fox* für knapp sieben Milliarden Euro den italienischen und den deutschen Sender abkaufen und so einen europäischen Pay-TV-Riesen mit einem Jahresumsatz von 14 Milliarden Euro schaffen. Den Minderheitsaktionären bei *Sky Deutschland* hat Murdoch ein Kaufangebot von 2,7 Milliarden Euro vorgelegt.

Kapitalrochade in Murdochs Imperium: Sky wird Teil eines europäischen Pay-TV-Riesen.

Die Schaffung eines europäischen Senderkonzerns ist offenbar nicht der einzige Grund für die Aktion. *Murdoch* würde mit dem konzerninternen Verkauf der Absender seinen finanziellen Spielraum deutlich vergrößern. Im Juli 2014 hat er ein Angebot zur Übernahme des US-Medienkonzerns *Time Warner* vorgelegt; er war bereit, 80 Milliarden US-Dollar (60 Milliarden Euro) zu zahlen. Das Angebot wurde zwar abgelehnt und angeblich hat *Murdoch* sich zurückgezogen, aber das muss nichts heißen. Sieben zusätzliche Milliarden Euro in bar können bei solchen Deals sehr hilfreich sein.

Für *Sky Deutschland* könnte der Zusammenschluss mit *Sky Italia* und *BSkyB* Vorteile bringen, etwa beim Einkauf von Lizenzen und Sportrechten oder bei gemeinsamen Produktionen, ebenso bei der Werbevermarktung.

## Weltbild Retail GmbH & Co. KG

Nach langem Hin und Her (QB 2/2014-2, S. 9 f.) hat das Augsburger Medienhandelshaus einen neuen Eigentümer. Der Düsseldorfer Finanzinvestor *Droege International Group* hat am 4. August 2014 – rückwirkend zum 1. Juli – den notariellen Kaufvertrag für 60 Prozent der Anteile an dem insolventen Unternehmen unterschrieben. Die restlichen 40 Prozent bleiben beim Insolvenzverwalter, sollen aber später auch an *Droege* gehen. Genau genommen kauft nicht der Investor selbst die Anteile. Die *Weltbild-Holding* geht an eine *Special Purpose Eins Holding*, die von *Droege* kontrolliert wird. Das Logistikgeschäft wird von der *Druna Vermögensgesellschaft* übernommen. *Druna* wiederum gehört zur Schweizer *ALSO-Gruppe*, einer Tochter von *Droege*.

Weltbild gehört dem Finanzinvestor Droege.

Der Eigentümerwechsel ist mit einer Kapitalerhöhung von 20 Millionen Euro verbunden. Der Betriebsrat und ver.di hoffen auf ein langfristiges Engagement des Investors. Die EU-Kommission hat die Übernahme Ende September 2014 genehmigt. Mit der Übernahme durch *Droege* erfolgt eine Namensänderung: Aus der *Verlagsgruppe Weltbild* wird *Weltbild Retail*. Dies folgt der geänderten Wirklichkeit, denn eine „Verlagsgruppe“ war *Weltbild* schon mehrere Jahre lang nicht mehr.

20 Millionen Euro Kapitalerhöhung

Ein zeitweise „im Raum stehender“ weiterer Personalabbau von bis zu 50 Stellen in der Zentrale ist offenbar vom Tisch. Für die rund tausend verbliebenen Beschäftigten ist der Betriebsübergang zum 1. Oktober 2014 erfolgt. Seither gilt für ein Jahr Bestandsschutz. *Weltbild* hat Anfang September 2014 den Onlinehändler *buecher.de* vollständig übernehmen dürfen; der *Springer*-Konzern hat seinen 33,3-Prozent-Anteil verkauft. Der Erwerb wurde als Signal dafür gewertet, dass der neue *Weltbild*-Eigentümer das Onlinegeschäft ausbauen will.

Kein weiterer Personalabbau

---

**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