

Funke auf Schrumpfkurs

Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft Januar bis März 2015 Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

21. April 2015

Die alljährlich von der Unternehmensberatung *Bartholomäus & Cie.* veröffentlichten Zahlen zur „M&A-Tätigkeit“¹ bei den deutschen Verlagen zeigen für 2014 einen erneuten Zuwachs. Mit 262 Übernahmen und/oder Beteiligungen ist ein Rekordwert seit Beginn der Analysereihe erreicht worden. Mindestens 25 weitere Transaktionen hat es in den Branchen Fernsehen, Hörfunk und Film gegeben.

Die Zahl der Übernahmen und Beteiligungen ist auch 2014 gewachsen.

Zahl der Übernahmen und Beteiligungen bei deutschen Medienunternehmen

	Verlage	Film und Funk ¹⁾
2003	82	.
2005	138	.
2007	240	43
2008	261	48
2009	213	37
2010	205	40
2011	225	38
2012	246	35
2013	254	29
2014	262	25

¹⁾ Mindestzahlen

Quelle: *Bartholomäus & Cie., Transaktionsmonitor Verlagswesen 2014, Frankfurt/M. 2015, S. 9; ebd. Ausgabe 2008, S. 7. Eigene Recherchen des Autors in Presse und Internet*

Auch der Umfang der bewegten Summen (gemessen am Umsatz der übernommenen Firmen) hat 2014 deutlich zugenommen. Der Wert von 7,1 Milliarden Euro ist nur 2008, im Jahr vor der Finanzkrise, übertroffen worden (8,6 Milliarden Euro). Die Autoren der Studie kommen zu Ergebnissen, die vor dem Hintergrund der Nachrichten im Verlauf des Jahres wenig überraschen:

Für mehr als sieben Milliarden Euro wurden Verlage bzw. Anteile daran verkauft.

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

- Das Geschehen wird von Aktivitäten der großen Verlagsgruppen beherrscht. Die sieben aktivsten Konzerne haben 44 Prozent aller Übernahmen, Beteiligungen und Verkäufe (116 von 262) vollzogen.
- „Klassische“ Geschäftsmodelle stellen nur noch 47 Prozent der Kaufobjekte, Firmen mit digitalem Schwerpunkt oder aus dem Bereich Onlinehandel liegen mit 45 Prozent fast gleichauf.
- Zwei Drittel aller Geschäfte fanden in der Größenordnung unter fünf Millionen Euro statt. Darin widerspiegelt sich die insgesamt kleinteilige Struktur der Verlagsbranchen.

Übernahmen und Beteiligungen deutscher Verlage nach Verursachern

Erwerber	Übern./Betlgg. insgesamt		dar. in digitalen Formaten		darunter im Ausland		Verkäufe	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Bertelsmann ¹⁾	25	24	12	15	18	18	6	12
Axel Springer	16	19	7	19	5	12	7	5
VG von Holtzbrinck	19	13	7	12	6	1	5	3
Hubert Burda Media	16	12	4	6	11	5	5	4
Springer SBM	7	9	1	0	7	5	6	3
Funke-Gruppe	4	4	2	2	-	-	3	4
Bauer Media	7	3	2	3	6	1	1	1

¹⁾ einschließlich Gruner+Jahr, ohne RTL-Gruppe

Quelle: Bartholomäus & Cie., a. a. O., S. 26; ebd. Ausgabe 2013, S. 27

Die sieben aktivsten Verlagskonzerne haben im vergangenen Jahr 84 Firmen ganz oder teilweise übernommen; das war fast ein Drittel aller Vorgänge. Von den Kaufobjekten waren 56 solche mit „digitalen Formaten“ (Portale, Software, Datenbanken, Dienstleister); unter diesen wiederum waren 29 – mehr als ein Drittel – reine Online-Marktplätze. In der Hälfte der Fälle (42mal) hatte das übernommene Unternehmen seinen Sitz im Ausland. Bezogen auf die gesamte Verlagsbranche gilt allerdings: Mehr als zwei Drittel aller Transaktionen (180) fanden 2014 im Inland statt, in 63 Fällen kauften deutsche Verlage im Ausland, in drei Fällen war es umgekehrt und achtmal verkauften deutsche Verlage im Ausland.

Sieben Konzerne haben fast ein Drittel aller Käufe getätigt.

Bertelsmann SE & Co. KGaA

Was sich schon im Verlauf des vergangenen Jahres abzeichnete, wurde Ende März 2015 bei der Vorlage des Geschäftsberichts 2014 bestätigt: Beim größten deutschen (und europäischen) Medienkonzern läuft es nicht so rund wie bei der Konkurrenz. Während Axel Springer, Burda, ProSiebenSat.1 und Bauer satte Zuwachsraten bei Umsatz und Gewinn melden bzw. voraussagen, muss man in Gütersloh bescheidener sein. Zwar stiegen die Erlöse leicht um 3,1 Prozent auf 16,7 Milliarden Euro, aber der Gewinn vor Steuern und Zinsen (Ebit) stagnierte, bereinigt sank er um ein Drittel. Der Konzerngewinn, d. h. das, was unterm Strich übrig blieb, ging sogar um 35 Prozent zurück (betrug aber immer noch mehr als eine halbe Milliarde Euro). Dafür stieg die Verschuldung auf das Zweieinhalbfache.

Das Geschäft bei Bertelsmann ist 2014 nur mittelmäßig gelaufen.

Die Gründe sind rasch gefunden: Die Zeitschriftensparte *Gruener+Jahr* sowie die Drucksparte *Be Printers* sind deutlich geschrumpft, während die bislang verlässliche Melkkuh *RTL-Group* stagnierte. Das Buchgeschäft *Penguin Random House* ist um ein Viertel gewachsen, allerdings vorwiegend durch „Portfolioeffekte“ (d. h. Zukäufe). Dass Konzernchef Thomas Rabe sich gleichwohl „zufrieden“ zeigte und das Geschäftsjahr 2014 als „erfreulich“ bezeichnete, muss nicht verwundern; es gehört zu seinem Job. Vor zwei Jahren hatte er für 2014 einen Umsatz von 18 Milliarden Euro vorausgesagt.

Wirtschaftszahlen¹⁾ der Bertelsmann SE & Co. KGaA (Millionen Euro)

	2012	2013	2014	14/13 (%)
Umsatz	16.065	16.179	16.675	+ 3,1
<i>RTL-Group</i>	5.996	5.824	5.808	- 0,3
<i>Arvato</i>	4.232	4.388	4.662	+ 6,2
<i>Penguin Random House</i>	2.138	2.654	3.324	+ 25,3
<i>Gruener+Jahr</i>	2.211	2.014	1.747	- 13,3
<i>Be Printers</i>	1.035	1.122	996	- 11,2
<i>Corporate Investments</i>	471	546	510	- 6,6
EBIT (operational)	1.732	1.763	1.769	+ 0,2
<i>RTL-Group</i>	1.065	1.324	1.334	+ 0,8
<i>Arvato</i>	244	397	384	- 3,3
<i>Penguin Random House</i>	325	363	452	+ 24,5
<i>Gruener+Jahr</i>	168	193	166	- 14,0
<i>Be Printers</i>	58	92	64	- 30,4
<i>Corporate Investments</i>	- 38	- 78	- 70	-
EBIT (um Sondereinfl. bereinigt)	1.327	1.717	1.150	- 33,0
EBITDA (operational)	2.210	2.311	2.374	+ 2,7
Konzerngewinn	612	885	573	- 35,3
Investitionen	655	1.988	1.601	- 19,5
Nettofinanzschulden	1.218	681	1.689	> 100
Beschäftigte	104.286	111.099	112.037	+ 0,8
<i>darunter Deutschland</i>	38.434	38.840		

¹⁾ Die Zahlen für 2013 wurden an die Portfolio-Veränderungen von 2014 angepasst.

Quelle: Bertelsmann-Pressemitteilung, 31. 3. 2015

Die RTL-Group ...

... hat zum zweiten Mal in Folge einen Umsatzrückgang hinnehmen müssen. Das Ebit hat zwar um 0,8 Prozent zugelegt, der Nettogewinn sackte aber um fast ein Viertel auf 653 Millionen Euro ab. Die *RTL-Group*, an der *Bertelsmann* 75,1 Prozent hält, steuert immer noch drei Viertel zum Konzern-Ebit bei, sie wächst aber nicht mehr. Die Hauptgründe hierfür sind schrumpfende Umsätze der Entertainmenttochter *Fremantle Media*, schlechtere Geschäfte in Frankreich und den Niederlanden sowie eine Abschreibung auf die ungarische Tochterfirma. Diese sei wegen eines dortigen Steuergesetzes notwendig gewesen. Dafür, dass das *RTL*-Geschäft nicht deutlicher eingebrochen ist, sorgte die deutsche Sparte: Hierzulande ist das Ebit auf den Rekordwert von 650 Millionen Euro gestiegen.

Das Geschäft in Deutschland hat die Bilanz der RTL-Gruppe gerettet.

Arvato ...

... umfasst das Geschäft mit Dienstleistungen aller Art: „Services“ rund um Produktion und Vertrieb von Druck- und Speichermedien, Datenmanagement, Personalauslagerungen, Finanzdienstleistungen, Inkasso, staatliche Verwaltungstätigkeiten usw. Der Umsatz ist (teilweise durch Zukäufe, z. B. *Netrada*) um 6,2 Prozent gewachsen, das Ebitda schrumpfte allerdings um 3,3 Prozent. *Arvato* ist in zahlreichen Ländern aktiv: Europa, Nordamerika, Afrika, Indien, China u. a.

Arvatos Geschäft bleibt schwierig.

Penguin Random House ...

... verzeichnete den höchsten Zuwachs von allen Geschäftsbereichen. Umsatz und operationaler Gewinn sind jeweils um ein Viertel gestiegen, die Ebit-Rendite betrug 13,6 Prozent (Vorjahr 13,7 Prozent). Zum Wachstum trugen Zukäufe (vor allem in Portugal, Spanien und Brasilien) wesentlich bei. Am größten Belletristikkonzern der Erde hält *Bertelsmann* 53 Prozent, der Rest liegt beim britischen *Pearson*-Konzern. Die deutsche Tochter *Random House* gehört *Bertelsmann* allein. Ihr Umsatz ist 2014 um 4,5 Prozent auf geschätzte 325 Millionen Euro gesunken.

Das Buchgeschäft ist 2014 gut gelaufen.

Gruner+Jahr ...

... ist seit November 2014 vollständig im Eigentum von Bertelsmann (vorher 74,9 Prozent). Das Management nennt als Gründe für das schrumpfende Geschäft einen ganzen Strauß von Gründen: Verkäufe von Beteiligungen (US-Druckereien), Rückzüge aus Märkten (Kroatien, Indien), Rückgänge bei den Anzeigenerlösen und beim Vertrieb. Durch einen rücksichtslosen Sparkurs konnte die Umsatzrendite mit 9,6 Prozent trotzdem fast auf dem Vorjahresniveau gehalten werden. Starkes Wachstum hat es beim Digitalgeschäft gegeben: Auf den „Kernmärkten“ Deutschland und Frankreich ist dieses Segment um 26 Prozent gewachsen und erreicht einen Umsatzanteil von 17 Prozent.

G+J ist geschrumpft, konnte die Umsatzrendite aber halten.

BePrinters ...

... heißt das Unternehmen, in das Bertelsmann 2012 seine Druckaktivitäten ausgelagert hat; vorher waren sie bei *Arvato* untergebracht. In Deutschland handelt es sich vor allem um die 66,7-Prozent-Beteiligung am Tiefdruckunternehmen *Prinovis* (*Axel Springer* hält 33,3 Prozent). Es hat 2014 die Tiefdruckerei in Itzehoe geschlossen sowie Druckereien in Italien und Kolumbien verkauft. Der Markt für Druckdienstleistungen ist seit Jahren stark rückläufig. Umsatz und Gewinn von *BePrinters* sind auch 2014 deutlich geschrumpft. Das Unternehmen ist neben Deutschland in England, Spanien und den USA aktiv.

Rückgang beim Druck

Corporate Investments ...

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

- *Das Bildungsgeschäft* wurde durch Übernahmen ausgebaut. Als Erfolg galt 2014 der Kauf von *Relias Learning*, einer Online-Lernplattform in den USA. Außerdem wurde eine Minderheitsbeteiligung am US-Bildungsanbieter *Udacity* erworben. Perspektivisch soll Bildung ein eigenständiger Geschäftsbereich werden.

Bertelsmanns Hoffnung: das Bildungsgeschäft

- *BMG Rights Management*: Der 2008 neu geschaffene Musikverlag hat 2014 durch Zukäufe (*Talpa Music*, *Vagrant* u. a.) und durch erfolgreichen Vertrieb expandiert. Seit Anfang 2014 gibt es eine Niederlassung in Peking. Erfolge bei Musik
- Diverse Beteiligungsfonds in China, Indien, dem übrigen Asien und Brasilien haben 2014 Anteile an elf neuen Firmen gekauft und halten nun 92 Beteiligungen.
- Die *Buchklubs* sind 2014 verramscht worden. Die Firmen in Spanien, Tschechien, der Slowakei und der Ukraine wurden verkauft, die deutschen Klubs werden bis Mitte 2015 abgewickelt. Buchklubs am Ende
- Die Reste der Lexikonsparte *Inmediaone* (u. a. „Brockhaus“) wurden Mitte 2014 liquidiert.

Veränderungen im Firmenbestand hat es bei Bertelsmanns auch im ersten Quartal 2015 gegeben. Aus Berichten in diversen Medien sind folgende Geschäfte bekannt geworden:

Zukäufe im ersten Quartal 2015

- Die RTL-Tochter *UFA* hat ihren Anteil am größten „Multi-Channel-Netzwerk“ Europas, *Divimove*, von 26 auf 51 Prozent erhöht.
- Die *UFA* hat andererseits einen 49,6-Prozent-Anteil am Bezahlsender „Passion“ an die Muttergesellschaft *RTL-Group* verkauft, die nun Alleineigentümerin ist.
- *Gruner+Jahr* hat im März 2015 seinen 25,1-Prozent-Anteil am Berliner Onlineladen „Tausendkind“ verkauft.
- Über den *Fonds Bertelsmann Digital Media Investments* hat sich der Konzern an dem englischen Startup *Kimlinks* beteiligt, das die „Monetarisierung“ von Webseiten betreibt.
- *Bertelsmann* hat sich an einer privaten US-Universität, der *Alliant International University* in San Diego, beteiligt.

Axel Springer SE

Die Erlöse des *Springer*-Konzerns sind im vergangenen Jahr erneut kräftig gestiegen. Gut drei Milliarden Euro – 8,4 Prozent mehr als 2013 – sind umgesetzt worden. Bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte ist der Umsatz um 2,8 Prozent gewachsen. Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Ebitda) hat um 11,6 Prozent auf mehr als eine halbe Milliarde Euro zugelegt, der Nettogewinn („Überschuss“) sprang um fast ein Drittel auf 235,7 Millionen Euro. Dabei spielte der Verkauf der Anteile am Immobilienportal *iProperty.com* eine Rolle (bereinigt stieg der Überschuss immer noch um 9,3 Prozent).

Der Springer-Konzern ist 2014 gewachsen.

Prägend ist für den Konzern das Digitalgeschäft geworden, nachdem 2013/14 und zuvor die meisten Printmedien verkauft worden sind. Die mit „digitalen Medien“ erzielten Erlöse stiegen um 8,7 Prozent auf 1,7 Milliarden Euro. Somit kamen 53 Prozent der Gesamterlöse, 74 Prozent der Werbeeinnahmen und 72 Prozent der Ebitda-Gewinne von dort.

Wirtschaftszahlen¹⁾ der Axel Springer SE (Millionen Euro)

	2012	2013	2014	14/13 (%)
Umsatz	2.737,3	2.801,4	3.037,9	+ 8,4
- Werbung	1.529,4	1.637,8	1.815,1	+ 10,8
- Ausland	1.062,7	1.164,4	1.309,3	+ 12,4
- Bezahlangebote	1.582,9	1.521,5	1.562,4	+ 2,6
- Vermarktungsangebote	662,8	716,5	794,1	+ 10,8
- Rubrikenangebote	330,2	402,6	512,0	+ 27,2
- Services/Holding	161,4	160,8	170,5	+ 6,1
Betriebsergebnis (Ebitda)	498,8	454,3	507,1	+ 11,6
- Bezahlangebote	301,8	250,1	244,2	- 2,4
- Vermarktungsangebote	98,1	103,4	109,7	+ 6,0
- Rubrikenangebote	133,6	163,8	221,4	+ 35,2
- Services/Holding	- 34,8	- 63,0	-68,2	-
Überschuss	190,7	178,6	235,7	+ 31,9
Überschuss bereinigt	258,6	229,8	251,2	+ 9,3
Investitionen	77,3	94,5	95,9	+ 1,5
Nettoverschuldung	449,6	471,3	667,8	+ 41,7
Beschäftigte (Durchschnitt)	12.080	12.843	13.917	+ 8,4

¹⁾ aus fortgeführten Aktivitäten

Quelle: Konzernkennzahlen und Pressemitteilung der Axel Springer SE, 4. 3. 2015

Zu den *Bezahlangeboten* werden die Marken „Bild“ und „Die Welt“ (darunter auch die gedruckten Zeitungen) sowie die Auslandsaktivitäten in der Schweiz, Frankreich, Russland, Spanien und das Osteuropa-Joint-Venture mit dem Schweizer *Ringier-Verlag* gezählt. Von diesem Segment kommt mehr als die Hälfte des Gesamtumsatzes und des Betriebsergebnisses. Das Wachstum kam ausschließlich durch Zukäufe zustande. Bereinigt sind der Umsatz um 1,4 Prozent und die Werbeerlöse um 3,4 Prozent gesunken.

„Bezahlangebote“ stellen mehr als die Hälfte des Gesamtumsatzes.

Bei den *Vermarktungsangeboten* finden sich diverse Werbefirmen (*Zanox, Idealo, kauf-DA, Smarthouse* u. a.), aber auch z. B. das Frauenportal *aufeminin.com* (in Deutschland *gofeminin.de*). Der Umsatzzuwachs um 10,8 Prozent erklärt sich durch gestiegene Werbeerlöse. Die *Rubrikenangebote* umfassen Immobilien- und Stellensuchportale (*SeLogger, Immonet, Stepstone, YourCareer* u. a.). Dieses Geschäftsfeld weist die höchsten Steigerungsraten aus. Im chronisch defizitären Bereich *Services/Holding* schließlich sind die Druckereien, Vertriebs- und Marketingfirmen untergebracht.

Die gute Geschäftsentwicklung kommt bei den Beschäftigten allerdings kaum an. Der Personalaufwand ist mit 5,7 Prozent deutlich weniger gewachsen als die Belegschaft; sie vergrößerte sich um 8,4 Prozent auf fast 14.000. Dieser Vergleich sagt zwar nicht allzu viel aus, verweist aber auf eine charakteristische Entwicklung: Der gesamte *Springer-Konzern* im Inland wird derzeit in eigenständige GmbHs zerlegt, die Muttergesellschaft wird zur Holding. Seit Jahresbeginn 2015 ist die „Welt“-Gruppe mitsamt dem Fernsehsender „N 24“ davon betroffen. In den Tochterfirmen gibt es neue Arbeitsverträge mit deutlich schlechteren Bedingungen. Wer dorthin verschoben wird, behält zwar seinen alten Vertrag, jede Veränderung aber (z. B. eine Beförderung) zieht einen neuen mit schlechteren Rahmenbedingungen nach sich.

Der Springer-Konzern wird in Einzel-GmbHs aufgespalten.

Selbstverständlich hat auch *Axel Springer* im ersten Quartal 2015 seinen Firmenbestand verändert. Folgende Deals wurden bekannt:

- Die Tochterfirma *Axel Springer Digital Classifieds* (Aktienanteil 85 Prozent) hat im Februar 2015 mit den Eigentümern des Portals „immowelt.de“ eine Vereinbarung getroffen. Es wird mit Springers „immonet.de“ unter einer gemeinsamen *Immowelt Holding AG* zusammengeführt. An ihr werden Springer 55 Prozent, *Ippen*, die *Rheinische Post* und andere Eigentümer zusammen 45 Prozent halten.
- Die Tochterfirma *Aufeminin* hat für 25 Millionen US-Dollar (23 Millionen Euro) plus Gewinnprämien den US-Onlineverlag *Livingly Media* gekauft.
- Gleichzeitig hat *Aufeminin* sich die Möglichkeit verschafft, die Tochterfirma *AdServer* für 37 Millionen Euro an einen Finanzinvestor zu verkaufen.
- *Axel Springer Digital Investments* hat sich an *Business Insider*, einem US-Portal für Wirtschaftsnachrichten, beteiligt.
- *Springer* hat sich mit einem nicht genannten Betrag am Blog „A Plus“ des US-Schauspielers Ashton Kutcher beteiligt.
- Der *Springer*-Konzern hat sein denkmalgeschütztes Hochhaus in Hamburg für 130,6 Millionen Euro an die Stadt Hamburg verkauft. Der Grund ist, dass die meisten ehemaligen *Springer*-Titel aus Hamburg an die *Funke-Gruppe* verkauft wurden und diese inzwischen ausgezogen sind.

Zu- und Verkäufe
im ersten Quartal
2015

Am 21. April 2015 will das von *Springer* mitfinanzierte Onlinemedium „Politico“ starten. Es ist ein Ableger des gleichnamigen US-Portals und wird seinen Sitz in Brüssel sowie Büros in London, Paris und Berlin haben. Im Zentrum steht eine Webseite, auf der in englisch über europäische Politik berichtet wird. Das Medium wird im Internet online und mobil, in sozialen Netzwerken sowie in Form von Videos, Podcasts und Events sichtbar werden. Begleitet wird es von einer wöchentlichen gedruckten Zeitung. Ein Großteil des Angebots richtet sich an Politikprofis und soll kostenpflichtig sein.

„Politico“ kommt im
April 2015.

Die Verlegerwitwe und Haupteigentümerin Friede Springer hat im März 2015 *Springer*-Aktien im Wert von rund 15 Millionen Euro gekauft und damit ihren Einfluss weiter ausgebaut. Seit 2008 hat sie ihren Bestand 19mal aufgestockt und hält nun rund 5,5 Prozent. Außerdem kontrolliert sie die *Axel Springer Gesellschaft für Publizistik*, die 51,5 Prozent der Anteile am Konzern hält (Rest: Mathias Döpfner 3,1 Prozent sowie Streubesitz).

Friede Springer
investiert in Spring-
ger.

Hubert Burda Media

Der drittgrößte deutsche Medienkonzern erzielt nach Aussage seines Vorstandsmitglieds Philipp Welte im Durchschnitt zweistellige Renditen. Trotzdem hat er im ersten Quartal 2015 durch „kreative“ Sparmaßnahmen von sich reden gemacht sowie zahlreiche Firmenkäufe und –verkäufe getätigt.

Die Redaktionen *Burda News* und *Burda Style* schaffen für sämtliche Publikumszeitschriften (u. a. „Focus“, „Bunte“, „Freundin“, „TV Spielfilm“, „Elle“) die Schlussredakteure ab. Die Arbeiten werden ausgelagert, betroffen sind 42 Beschäftigte.

Burda spart sich die Schlussredakteure und setzt auf Roboterjournalismus.

Der Online-Tochterkonzern *Tomorrow Focus AG* (Burda-Anteil 63,6 Prozent) hat 2014 zwar den Umsatz um sieben Prozent auf 161,5 Millionen Euro gesteigert, das Ebitda sank aber um 12,6 Prozent auf 25,6 Millionen Euro und unterm Strich blieb ein Verlust von zwölf Millionen Euro. Als Gegenmaßnahme sollen künftig unter anderem Roboter-texte veröffentlicht werden: softwaregenerierte Börsenberichte, an deren Produktion kein lebendes Wesen mehr beteiligt ist.

Das Karrierenetzwerk *Xing AG* (Burda-Anteil 52,6 Prozent) konnte den Umsatz 2014 um rund 20 Prozent auf 101,4 Millionen Euro steigern, musste aber einen Rückgang des Ebitda um ein Drittel auf 6,2 Millionen Euro hinnehmen. Grund war die Komplettab-schreibung des Eventgeschäfts.

Im ersten Quartal 2015 hat *Burda* eine erheblichen Zahl von Unternehmen bzw. Beteiligungen gekauft oder abgestoßen:

Zu- und Verkäufe im ersten Quartal 2015

- *Xing* hat für 6,3 Millionen Euro die *Intelligence Competence Center AG*, Betreiberin des Portals „Jobbörse.com“, gekauft.
- *Burda* hat sich mit fünf Millionen US-Dollar an dem „Social-Commerce-Experten“ *Gift Connect* beteiligt.
- *Burda* hat Anteile an der vietnamesischen Suchmaschine *Cốc Cốc* erworben.
- *Burda Intermedia* hat die Shopping-App „Shoplove“ gekauft und sie mit seiner Firma „Edelight“ verschmolzen.
- Von der *Funke Women Group* hat *Burda* die Zeitschrift „Freizeit exklusiv“ übernommen.
- *Tomorrow Focus (ToFo)* hat seine Tochterfirma *Cellular* an das Management verkauft.
- *ToFo* hat außerdem seine Tochter *Tomorrow Focus Publishing* für 30 Millionen Euro an den Mutterkonzern *Burda* verkauft. Zum Geschäft gehören u.a. „Focus Online“, „Huffington Post“, „Finanzen100“ und „Netmoms“ sowie der Digitalvermarkter *Tomorrow Focus Media*.
- Für seine französische Tochterfirma *Ecotour.com* hat *ToFo* zusammen mit den anderen Eigentümern die Finanzierung eingestellt und das Unternehmen in die Insolvenz getrieben.

Mit seinen russischen Beteiligungen (mehr als 60 Zeitschriften) schreibt *Burda* nach eigenen Angaben Verluste. Es wurden Stellen gestrichen und Titel eingestellt.

ProSiebenSat.1 Media Group AG

Die Münchener Sendergruppe hat ihr Ziel für 2015 schon ein Jahr vorfristig erreicht: Der Umsatz stieg um 10,4 Prozent auf 2,88 Milliarden Euro. Das Ebitda hat um acht Prozent, bereinigt um 7,2 Prozent zugenommen. Der bereinigte Nettoprofit (Konzernüberschuss) ist sogar um 10,3 Prozent auf 418,9 Millionen Euro nach oben geklettert.

Umsatz- und Gewinnanstieg bei P7S1

Wirtschaftszahlen der ProSiebenSat.1 Media AG (Millionen Euro)

	2012	2013	2014	14/13 (%)
Außenumsatz	2.356,2	2.605,3	2.875,6	+ 10,4
- TV deutschsprachig	1.926,0	1.997,8	2.062,7	+ 3,3
- Digital und Angrenzendes	334,8	483,7	610,7	+ 26,3
- Produktion und Vertrieb	95,4	123,8	202,2	+ 63,3
Bereinigtes EBITDA	744,8	790,3	847,3	+ 7,2
- TV deutschsprachig	665,1	678,6	702,8	+ 3,6
- Digital und Angrenzendes	84,9	105,4	129,3	+ 22,7
- Produktion und Vertrieb	4,3	10,6	19,1	+ 80,2
EBITDA	680,4	757,8	818,4	+ 8,0
Bereinigter Konzernüberschuss	355,5	379,7	418,9	+ 10,3
Operative Kosten	1.624,6	1.835,8	2.046,9	+ 11,5
Nettofinanzschulden (31.12.)	1.780,4	1.446,3	1.502,5	+ 3,9
Beschäftigte (4. Quartal)	3.026	3.590	4.210	+ 17,3

Quelle: Pressemitteilungen der ProSiebenSat.1 Media AG, 27. 2. 2014 und 26. 2. 2015; Konzernkennzahlen 2007 bis 2014

Die Zahlen zeigen, dass die Strategie des Vorstandschefs Thomas Ebeling aufzugehen scheint: Er legt den Schwerpunkt auf die Geschäftsfelder jenseits des schwierigen Fernsehmarkts. Die Geschäftsfelder Digital, Produktion und Vertrieb tragen schon 28 Prozent zum Konzernumsatz bei – hauptsächlich durch Zukäufe. Das soll so weitergehen. Der Konzernführung steht etwa eine halbe Milliarde Euro für Firmenübernahmen zur Verfügung. Angeblich ist sie am Vergleichsportal *Verivox* und am Portalbetreiber *Unister* (u. a. „fluege.de“, „myinno.de“) interessiert.

P7S1 wächst vorwiegend außerhalb des Fernsehgeschäfts.

Zum Segment *Digital und Angrenzendes* („Digital & Adjacent“) gehören auch die Onlinenportale jenseits des Mediengeschäfts, insbesondere im Touristikbereich. Ende 2014 hatte P7S1 schon 59 solche Beteiligungen und Partnerschaften im Portfolio.

Auch das *klassische Fernsehgeschäft* hat 2014 floriert. Mit einem Zuwachs beim Umsatz um 3,3 Prozent und beim Ebitda um 3,6 Prozent steht die *ProSiebenSat.1 Media AG* gut da. Der Anteil der konzerneigenen Sender an den Brutto-Werbeerlösen sei 2014 auf 44,0 Prozent gestiegen (Vorjahr 43,6 Prozent). Für das laufende Jahr hat Konzernchef Ebeling einen Umsatzzuwachs „im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich“ angekündigt, der Gewinn werde höher als 2014 liegen. Bis Ende 2018 soll der Umsatz auf 3,4 Milliarden Euro steigen.

Der Geschäftserfolg der *P7S1-Gruppe* zahlt sich auch für deren Chef aus: Thomas Ebeling hat im vergangenen Jahr einschließlich einer Bonuszahlung rund 27 Millionen Euro kassieren dürfen. Sein eigentliches Gehalt beträgt zwar „nur“ gut vier Millionen, aber die ehemaligen Eigentümer *KKR* und *Permira* hatten 2014 nach ihren erfolgreichen Ausstieg 23,4 Millionen Euro spendiert.

27 Millionen Euro für Konzernchef Thomas Ebeling

Firmenübernahmen hat es im ersten Quartal 2015 ebenfalls gegeben:

- Das Reisegeschäft wird ausgebaut. Hier hat P7S1 eine Minderheit an *Travista*, einem Vermittler von Luxusreisen, gekauft. Der Konzern ist schon mit Plattformen wie „weg.de“, „ferien.de“ und „mydays“ in der Branche unterwegs.
- Die Online-Parfümerie *Flaconi* gehört seit März 2015 vollständig zum Portfolio von *ProSiebenSat.1* (vorher 47 Prozent).
- Beim Onlineversand für Erotikartikel *Amorelie* hat P7S1 seinen Anteil von 23 auf 75 Prozent erhöht.
- P7S1 hat von *Sixt e-ventures* 85 Prozent der Preisvergleichsplattform *Preis24.de* gekauft.

Zu- und Verkäufe
im ersten Quartal
2015

Weil offenbar das Geschäft mit Onlinehandel vergrößert werden soll, hat P7S1 hierfür im März 2015 eine Tochterfirma *7Commerce* gegründet. Hier wurden die Neuerwerbungen *Flaconi*, *Amorelie* und *Preis24.de* untergebracht.

Funke-Mediengruppe GmbH & Co. KGaA

Die *Funke-Gruppe* (früher *WAZ-Gruppe*) hat Ende Februar 2015 verspätet einen Geschäftsbericht für 2013 veröffentlicht. Er bestätigt, was angesichts der Indizien schon zu erwarten war: Der Konzern ist erneut deutlich kleiner geworden. Der Umsatz hat um sieben Prozent auf 928 Millionen Euro abgenommen. Seit 2002 haben sich die Erlöse mehr als halbiert.

Funke-Umsatz
2013 unter einer
Milliarde Euro

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
2012	998	7.009
2013	928	6.171

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

Trotz des Rückgangs beim Umsatz ist der operative Gewinn (Ebita) mit 105,6 Millionen Euro auf dem Vorjahresniveau geblieben. Auf wessen Kosten das möglich war zeigt die Entwicklung der Personalkosten: Sie sind um rund zehn Prozent auf 388,2 Millionen Euro gesenkt worden. Unter dem Strich weist der Geschäftsbericht einen Verlust von 20,6 Millionen Euro aus. Der kommt aber nur dadurch zustande, dass 41,6 Millionen Euro an die Holdinggesellschaft, die *Jakob Funke KG*, abgeführt worden sind. Sie hat somit nicht nur den gesamten Gewinn des Konzerns kassiert, sondern sich auch noch aus der Substanz bedient. Die *Jakob Funke KG* gehört den Erben der Gründer, zu etwa zwei Dritteln Petra Grotkamp, außerdem Renate Schubries und Stephan Holthoff-Pförtner.

Trotz der angespannten Lage bedienen sich die Eigentümer aus der Substanz des Konzerns.

Der Funke-Konzern ist 2013 umstrukturiert worden. Aus einem unübersichtlichen Gebilde aus zahllosen Tochtergesellschaften sind fünf Sparten geworden:

Neue Konzernstruktur

- Mehr als die Hälfte des Geschäfts erfolgt mit den *Regionalzeitungen* in Nordrhein-Westfalen, Thüringen und Niedersachsen sowie neuerdings Berlin und Hamburg. Insgesamt werden über 30 Tages- und Wochenzeitungen verlegt. Darüber hinaus wird auch das regionale *Anzeigenblatt-, Logistik- und Hörfunkgeschäft* in dieser Sparte ausgewiesen. *Funke* verlegt rund 100 Anzeigenblätter und ist an 19 Radiosendern beteiligt.
- Die *Zeitschriftensparte* als zweitgrößter Bereich gibt mehr als 170 Publikums- und Fachzeitschriften heraus. Über einen Kooperationspartner werden zusätzlich nahezu 400 Kundenzeitschriften vertrieben.
- Die *Druckereien* an den Standorten Essen, Hagen, Braunschweig und Erfurt werden in der Sparte „Druck“ ausgewiesen. Neben den Standorten in Deutschland werden vier weitere Druckhäuser über assoziierte Unternehmen betrieben.
- Unter „*Neue Medien*“ bündelt die *Funke-Gruppe* ihre Digitalgeschäfte für alle Produkte. Außerdem werden dort Beteiligungen des Konzerns an Anzeigenportalen aufgeführt. Mit einem Umsatzanteil von 2,8 Prozent bleibt dieser Bereich marginal.
- In der Sparte „*Sonstiges*“ werden diverse Dienstleistungs- und Servicegesellschaften sowie die Auslandsaktivitäten zusammengefasst.

In den vergangenen Jahren hat sich die Funke-/WAZ-Gruppe fast vollständig von ihren Aktivitäten in Ost- und Südosteuropa zurückgezogen. Mitte der Nuller-Jahre gehörte sie noch zu den bedeutendsten Investoren auf dem Balkan. Davon sind nur noch diverse Zeitungen und Zeitschriften sowie ein Onlineportal in Ungarn geblieben. Die russischen Beteiligungen wurden Ende 2013 abgestoßen.

Der Rückzug aus Ost- und Südosteuropa ist fast ganz vollzogen.

Umsatz der Funke-Gruppe nach Bereichen (Mio. Euro)

	2012	2013	+/- %
Tageszeitungen	515	479	- 7,0
Anzeigenblätter	131	125	- 4,6
Zeitschriften	205	199	- 2,9
Druckerei	63	52	- 17,5
Elektronische Medien	26	26	0,0
Sonstige	58	49	- 15,5
Deutschland	951	887	- 6,7
Ungarn	40	39	- 2,5
Russland	4	3	- 25,0
Albanien	2	-	-
Umsatz gesamt	998	928	- 7,0

Quelle: Bundesanzeiger

Die österreichischen Beteiligungen tauchen in der oben zitierten Übersicht nicht auf, weil der Anteil nicht über 50 Prozent liegt. An dem Krawallblatt „Kronen-Zeitung“ (900.000 Auflage) hält die *Funke-Gruppe* 50 Prozent, am „Kurier“

(200.000 Auflage) 49,4 Prozent und an der *Verlagsgruppe News* mit 15 Zeitschriften 25,3 Prozent. In einem Land wie Österreich (8,5 Millionen Einwohner) ist das eine beachtliche Medienmacht.

Die *Funke-Gruppe* hat sich 2013/14 bei einem Jahresumsatz von 928 Millionen Euro ein Geschäft zugemutet, für das sie fast die gleiche Summe – 920 Millionen Euro – bezahlen musste. Gemeint ist die Übernahme von drei Regionalzeitungen sowie diverser Anzeigenblätter und Zeitschriften vom *Springer*-Konzern. Sie waren zwar hoch profitabel (94,8 Millionen Euro Ebitda 2012), kosteten aber trotzdem Geld, das *Funke* eigentlich nicht hatte; ein abenteuerlicher Vorgang. Aber immerhin wird so dafür gesorgt, dass 2014 der Konzernumsatz wieder deutlich über der Milliarde liegen wird, vermutlich bei 1,4 Milliarden Euro.

Der Deal mit Axel Springer übersteigt eigentlich die Möglichkeiten der Funke-Gruppe.

Vor diesem Hintergrund herrscht im *Funke*-Konzern Kostendruck. Ein wichtiges Projekt ist die Schaffung einer Zentralredaktion in Berlin, von der zunächst die „Berliner Morgenpost“ und das „Hamburger Abendblatt“ (beide ehemals *Springer*) beliefert werden sollen, danach die NRW-Blätter und später alle *Funke*-Zeitungen. Das Essener „Content-Desk“, 2009 für die vier Ruhrgebietszeitungen geschaffen, wird überflüssig werden. Liefern soll Berlin Texte zu journalistische Themen mit nationaler und internationaler Bedeutung aus Politik und Wirtschaft, außerdem die Panorama- und Wissen-Seiten.

Zentralredaktion für die Zeitungen in Berlin

Dass solche Zentralisierungen mit Personalabbau verbunden sein werden, versteht sich von selbst; Einzelheiten sind noch nicht bekannt geworden. Der Prozess braucht offenbar auch mehr Zeit als ursprünglich geplant, denn die redaktionelle Zusammenarbeit mit *Springer* wurde verlängert. Der Vertrag zum Austausch von Inhalten zwischen der „Welt“ auf der einen und der „Berliner Morgenpost“ sowie dem „Hamburger Abendblatt“ auf der anderen Seite sollte April 2015 auslaufen. Jetzt geht er bis Ende August 2015 weiter.

Zum Geschäft zwischen *Funke* und *Springer* gehörte auch das Vorhaben, zwei gemeinsame Tochterfirmen für den Zeitschriftenvertrieb und für Vermarktung zu schaffen. Hiergegen hat das *Bundeskartellamt* (BKA) von Anfang an Bedenken formuliert, weshalb die Pläne zurückgestellt wurden. Im März 2015 haben nun die beiden Unternehmen die Gründung der *Media Impact GmbH & Co. KG* beim BKA angemeldet. Die neue Gesellschaft soll zum Zweck der Werbevermarktung für Zeitungen, Zeitschriften und Online-Medien ins Leben gerufen werden. Die gemeinsame Vertriebstochter wurde immer noch nicht offiziell angemeldet.

Funke und Springer wollen eine gemeinsame Vermarktungsfirma schaffen.

Die *Funke-Gruppe* will offenbar eine bedeutende Stellung in der regionalen Stellenvermittlung gewinnen. Nach dem Kauf des regionalen Portals *Joblocal* Ende 2014 hat sie im März 2015 die Jobbörse *Absolventa* gekauft. Die Firma betreibt neben der Jobbörse „absolventa.de“ das Portal „trainee-geflüster.de“ und die Vermittlungsbörse „praktikum.info“.

Andere Medienunternehmen

Amazon

Der Onlinehändler weigert sich in Deutschland weiterhin hartnäckig, über einen angemessenen Tarifvertrag auch nur zu reden – trotz zahlreicher Warnstreiks, zuletzt über Ostern 2015. Diese Haltung kann der Konzern auch deshalb durchhalten, weil das die meisten Kunden offenbar nicht interessiert. Der Umsatz *Amazons* in Deutschland ist 2014 um 13 Prozent auf 11,9 Milliarden US-Dollar (11 Milliarden Euro) gestiegen. Der Anteil der Medien (hauptsächlich Bücher) am Gesamtumsatz wird auf nur noch 25 Prozent geschätzt (2009: 52 Prozent), was etwa 2,8 Milliarden Euro bedeuten würde. Weltweit ist *Amazons* Umsatz 2014 um 19,5 Prozent auf 89 Milliarden US-Dollar (82 Milliarden Euro) gestiegen. Das Management des Konzerns steht trotzdem unter dem Druck der Aktionäre, weil wegen hoher Investitionen Verluste geschrieben werden.

Amazon wächst weiter – weltweit und in Deutschland.

Bauer Media Group

Der *Bauer*-Verlag hat in der Redaktion des Yellow-Press-Blatts „*Neue Post*“ vier Redakteure und eine Sekretärin entlassen. Das Blatt habe sechs Prozent Auflage in zwei Jahren verloren, hieß es zur Begründung.

Bauer vergrößert sich in Australien.

Bauer Venture Partners hat sich zusammen mit anderen Investoren (z. B. *M. DuMont Schauberg*) mit 25 Millionen Euro an dem Onlineladen für Übergrößen *Navabi* beteiligt.

In Australien hat der *Bauer-Konzern* die *Beautyheaven Group* gekauft, die dort drei Onlineportale betreibt. *Bauer* ist in Australien und Neuseeland einer der größten Verleger von Zeitschriften.

Langenscheidt

Beim Münchner Verlag steht ein erneuter Strategiewechsel, verbunden mit – wie könnte es anders sein – Personalabbau an. Man will sich auf Print und klassische Verlagsprodukte beschränken, sämtliche digitalen Aktivitäten sollen im Rahmen von Kooperationen stattfinden. Langenscheidt war 2011 von *Polyglott* an die *Ganske-Gruppe* verkauft worden, 2012 kam mit dem Lotto-Unternehmer *Günther* ein neuer „strategischer Investor“ an Bord. Gleichzeitig wurde der Bereich Erwachsenenbildung und Schule an *Klett* verkauft. Die Belegschaft wurde von 250 auf 90 geschrumpft, nun sollen nochmal 29 Männer und Frauen ihren Job verlieren.

Neuer Personalabbau bei Langenscheidt.

Suhrkamp

Im Januar 2015 ist die Umwandlung des Verlags von einer GmbH & Co. KG in eine Aktiengesellschaft vollzogen worden. Vorgegangen war ein langjähriger erbitterter Rechtsstreit, den der Minderheitseigentümer Hans Barlach (40 Prozent) letztlich verlor. Die Aktienmehrheit liegt nun bei der *Siegfried und Ulla Unseld Familienstiftung* und der neu eingestiegenen *Familie Ströer*, die ihre Stimmrechte vertraglich gebündelt haben. Die bisherige Vorstandsvorsitzende Ulla Unseld-Berkéwicz wird in den Aufsichtsrat wechseln.

Suhrkamp ist jetzt eine AG.

Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck

Der Stuttgarter Konzern hat seine Kuppelplattform *Parship* an den Investoren *Oakley Capital* verkauft. *Holtzbrinck* hatte das Unternehmen 2001 gegründet und erfolgreich gemacht (Marktführer bei klassischer Partnervermittlung, Umsatz 2014 über 60 Millionen Euro). Der Kaufpreis wurde nicht genannt, dürfte aber hoch gewesen sein. In Fachkreisen wird Geld als Hauptgrund vermutet.

Holtzbrinck hat die lukrative Internet-tochter Parship verkauft.

Der Vorgang könnte ein Hinweis auf einen erneuten Strategiewechsel in Stuttgart sein. *Holtzbrinck* hatte nach 2007 viel Geld in den Erwerb und die Neugründung von Onlineportalen aller Art gesteckt und hierzu seine Zeitungen (u. a. „Main Post“, „Südkurier“, „Saarbrücker Zeitung“) verkauft. Neben Erfolgen wie „Parship“ gab es aber auch bittere Flops wie das Sozialnetzwerk „StudiVZ“ und das Nachrichtenportal „Zoomer“. Die Digitalsparte war insgesamt in den letzten Geschäftsberichten als wenig erfolgreich ausgewiesen worden.

In jüngster Zeit gibt es Indizien für neue Schwerpunkte. Dazu gehört die Komplettübernahme der Buchverlagsgruppe *Droemer Knaur* 2014 (vorher 50 Prozent) und der Ausbau des Bildungsgeschäfts. Hierauf sollen nach Konzernangaben künftig die Investitionen konzentriert werden; eine Großfusion der Fachverlage mit *Springer SBM* ist für 2015 angekündigt. Der Verkauf von *Parship* würde dazu ebenso passen wie der des Onlinemarktplatzes *DaWanda* im Januar 2015. Stattdessen hat man sich im Februar 2015 an der Lernplattform *Lecturio* beteiligt.

Ein neuer Strategiewechsel in Sachen Internet?

Medien-Union/SWMH

Die *Medien-Union* in Ludwigshafen („Die Rheinpfalz“) hat Geschäftszahlen für 2013 veröffentlicht. Demnach ist der Umsatz um 2,1 Prozent auf 563 Millionen Euro gestiegen. Hervorstechend ist ein von 34,5 auf 5,6 Millionen Euro geschumpfter Nettogewinn. Als Hauptursache hierfür wird die Entwicklung bei der *Südwestdeutschen Medienholding* (SWMH) in Stuttgart genannt. An diesem Großverlag („Stuttgarter Zeitung“, „Süddeutsche Zeitung“, „Schwarzwälder Bote“ u. a.) ist die MU mit 47,5 Prozent beteiligt. Er hat 2013 mit einem Fehlbetrag von 71,4 Millionen Euro abgeschlossen und einen Umsatzverlust um 8,8 Prozent auf 871 Millionen Euro erlitten. Die *SWMH* leidet unter der Tilgung von Schulden aus der Übernahme des *Süddeutschen Verlags* 2007.

Die SWMH hat die Medien-Union ins Minus gezogen.

Die *MU* wird von der Familie Schaub beherrscht. Sie ist über ihre Beteiligung an der *SWMH* auch mit der *Neuen Pressegesellschaft* in Ulm („Südwest-Presse“) verbunden. Diese hält 44,4 Prozent an der *SWMH*. Die drei Konzerne bilden ein Verlagskonglomerat, für das der informelle Name „Südwest-Gruppe“ geprägt wurde.

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 Medi-
en, Kunst und Industrie
Paula-Thiede-Ufer 10
10179 Berlin