

Bertelsmanns Geisterclubs

Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft Juli bis September 2015 Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

28. Oktober 2015

Bertelsmann SE & Co. KGaA

Von seinen einst 320 Clubfilialen hat *Bertelsmann* zum 1. April 2015 die letzten beiden geschlossen, bis Ende des Jahres soll auch das Katalog- und Onlinegeschäft abgewickelt werden. Damit wäre die einst renommierte *Bertelsmann-Buchgemeinschaft*, die Keimzelle des heutigen Konzerns, Geschichte. Wenn es da nicht eine Justizposse gäbe. Mehrere so genannte Club-Vertriebspartner (freiberufliche Verkaufsagenten) hatten gegen die Kündigung ihrer Verträge im Zuge der Liquidierung der Buchclubs prozessiert. Ihr Argument: Die Verträge enthalten einen 30 Jahre währenden Kündigungsverzicht, sie laufen folglich erst in zwölf Jahren aus. Bis dahin müsse *Bertelsmann* die Clubs weiter betreiben und außerdem Schadensersatz für entgangene Provisionen zahlen.

Das Landgericht Düsseldorf hat am 18. September 2015 zwar die Schadensersatzforderungen ebenso abgewiesen wie das Ansinnen, die Klubfilialen zwangsweise weiterzuführen. Die Kündigungen der Verträge aber hat es für unwirksam erklärt; sie gelten also weiter. Was dieses Urteil in der Praxis bedeuten soll, ist unklar. Wie sollen die Vertriebsagenten Mitglieder für einen Club werben, den es nicht mehr gibt? Wie soll *Bertelsmann* Verträge erfüllen, deren Grundlage entfallen ist? Die schriftliche Urteilsbegründung liegt noch nicht vor.

„Building a New Bertelsmann“ lautet das Motto, unter das Vorstandsvorsitzender Thomas Rabe den Finanzbericht für das erste Halbjahr 2015 gestellt hat. „Wir sind sehr zufrieden mit der Entwicklung der vergangenen Monate“, ließ er sein Publikum wissen. Der Grund ist in den Wirtschaftszahlen zu finden. Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITA) hat um 4,4 Prozent zugenommen und der dividendenträchtige Nettoprofit gar um mehr als die Hälfte (nachdem er im Vorjahr stark geschrumpft war). Der Umsatz hat um 2,5 Prozent auf acht Milliarden Euro zugenommen. Was so viel nun auch wieder nicht ist; im ersten Halbjahr 2007 hatte der Konzern neun Milliarden Euro umgesetzt.

Ein skurriles Gerichtsurteil könnte die abgewickelten Buchclubs als Geisterfirmen bestehen lassen.

Im ersten Halbjahr hat Bertelsmann den Umsatz um 2,5 Prozent gesteigert, den Nettoprofit um mehr als die Hälfte.

Die ergiebigste Melkkuh war einmal mehr die *RTL-Gruppe*, von der fast 60 Prozent des operativen Gewinns stammen. Hier war das Deutschlandgeschäft besonders erfolgreich, das mehr als die Hälfte des EBITA ablieferte. Weitere 20 Umsatzprozent stammten vom Buchkonzern *Penguin Random House*. Der Beitrag der übrigen Unternehmensbereiche nimmt sich hingegen bescheiden aus. Die Poesetochter *Gruner+Jahr* verlor fast 30 Prozent ihres Gewinns, bedingt durch Desinvestitionen und ein schrumpfendes Anzeigengeschäft.

Fast 60 Prozent des Gewinns kommen von RTL.

Immerhin muss das vergleichsweise moderate Wachstum vor dem Hintergrund dessen gesehen werden, dass Bertelsmann sich aus Geschäftsfeldern zurückgezogen hat. Das betrifft die Buchclubs und Aktivitäten im Direktmarketing sowie Druckereien in Spanien. Zusammen hat das mit rund 300 Millionen Euro zu Buche geschlagen. Der Rückgang wurde durch gestiegene Erlöse bei den Tochterfirmen ausgeglichen.

Rückzug aus Geschäftsfeldern

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

	2013	2014	2015	2015/14 +/- %
Umsatz	7.354	7.846	8.040	+ 2,5
- RTL-Gruppe (Fernsehen)	2.755	2.687	2.788	+ 3,8
- Arvato (Technik, Dienstleistungen)	2.113	2.230	2.313	+ 3,7
- Penguin Random House (Bücher)	915	1.461	1.697	+ 16,2
- Gruner+Jahr (Presse)	1.001	908	752	- 17,2
- Be Printers (Druck)	512	482	362	- 24,9
- Corporate Investments	235	254	298	+ 17,3
- Corporate Center/Konsolidierung	- 177	- 176	- 170	-
EBITDA (operational)	1.011	1.018	1.063	+ 4,4
- RTL-Gruppe (Fernsehen)	631	612	626	+ 2,3
- Arvato (Technik, Dienstleistungen)	160	162	171	+ 5,6
- Penguin Random House (Bücher)	131	159	207	+ 30,2
- Gruner+Jahr (Presse)	108	77	55	- 28,6
- Be Printers (Druck)	25	25	12	- 52,0
- Corporate Investments	- 10	19	25	+ 31,6
- Corporate Center/Konsolidierung	- 38	- 36	- 33	-
EBIT (um Sondereinflüsse bereinigt)	812	557	670	+ 20,3
Konzerngewinn	419	257	398	+ 54,9
Investitionen	1.590	469	515	+ 9,8
Nettofinanzschulden	1.471	1.2689	2.683	+ 108,2
Beschäftigte	111.099	112.037	119.019	+ 6,2

Quelle: Pressemitteilung der Bertelsmann SE & Co. KG a. A., 31. 8. 2015; Halbjahresfinanzbericht 2015, S. 10

Im dritten Quartal 2015 hat *Bertelsmann* wie gewohnt mehrere Firmen übernommen oder Beteiligungen gekauft. Folgende Deals wurden bekannt:

- Im Juli 2015 hat sich der Konzern im Rahmen einer Finanzierungsrunde an *Saavn*, einem indischen Musikstreamingdienst, beteiligt.
- Auch am indischen Onlinemarktplatz für Möbel, *Pepperfry.com*, hat sich *Bertelsmann* mit einem zweistelligen Millionenbetrag eingekauft. Der Konzern ist in Indien noch mit anderen Onlinemarktplätzen und Bildungsplattformen vertreten, außerdem mit Filmproduktionen, Marketingdiensten und als Buchverlag.

Übernahmen und Beteiligungen im ersten Halbjahr 2015

- *Gruner+Jahr* hat zusammen mit dem *Landwirtschaftsverlag* (LV) ein Gemeinschaftsunternehmen mit Sitz in Münster geschaffen, in das G+J seine Magazine „Essen & Trinken“, „Essen & Trinken für jeden Tag“, „Flow“ und „Living at Home“ einbringt, der LV die „Landlust“ und „Einfach hausgemacht“. Beide Verlage halten 50 Prozent, *Gruner+Jahr* zahlt kein Geld für den Deal.
- *Fremantle Media*, der Entertainmentkonzern der *RTL-Gruppe*, hat im September 51 Prozent der französischen Produktionsfirma *Fontaram* gekauft.

Bildungsmedien als Hoffnungsträger

Gemeinsam mit der Investmentgesellschaft *Bozano Investimentos* hat *Bertelsmann* im Juli 2015 einen Investmentfonds „Bozano Educacional 2“ aufgelegt, der mit rund 230 Millionen Euro ausgestattet ist und an dem *Bertelsmann* 40 Prozent hält. Er soll sich im Bereich medizinische Bildung betätigen.

Bildungsmedien sind eine große Hoffnung von Vorstandschef Thomas Rabe. Mittelfristig soll hier ein eigener Geschäftsbereich mit einer Milliarde Euro Umsatz aufgebaut werden. Als ein Schritt ist die Schaffung einer *Bertelsmann Education Group* mit Sitz in New York gedacht, die Anfang September 2015 bekannt gegeben wurde. Im Konzern wird die neue Einheit – ähnlich wie die Musiktochter *BMG* – im Bereich „Corporate Investments“ geführt.

Axel Springer SE

Springers Geschäftszahlen für das erste Halbjahr 2015, die Anfang August veröffentlicht wurden, waren durchwachsen. Der Konzernumsatz ist zwar um fast zehn Prozent gestiegen, der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) stagnierte aber. Der Nettoprofit (Überschuss) ging sogar um 21,6 Prozent nach unten und lag unter dem Wert von 2013; der um Sonderfaktoren bereinigte Nettoprofit lag immerhin nur wenig unter dem Vorjahreswert.

Durchwachsene Geschäftszahlen fürs erste Halbjahr 2015

Das *Springer*-Management zeigt sich gleichwohl stolz, weil 60 Prozent des Geschäfts und 80 Prozent der Werbeerlöse mit so genannten digitalen Aktivitäten erzielt worden sind. Die entsprechenden Umsätze haben um 11,6 Prozent zugenommen. Dieses Wachstum ist hauptsächlich den medienfernen Marktplätzen und Verkaufsportalen („Rubrikenangebote“) zu verdanken, deren Umsatz um mehr als die Hälfte und deren Bruttogewinn (EBITDA) um fast die Hälfte zugenommen haben. Im Bereich „Vermarktungsangebote“ (Werbung) hat es mehr Umsatz aber weniger Gewinn gegeben.

Die „digitalen Aktivitäten“ umfassen 60 Prozent des Geschäfts.

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

	2013	2014	2015	2015/14 %
Umsatz	1.352,4	1.436,8	1.577,3	+ 9,8
- Bezahlangebote	739,6	760,2	728,9	- 4,1
- Vermarktungsangebote	338,6	370,8	428,1	+ 15,5
- Rubrikenangebote	197,1	226,6	355,3	+ 56,8
- Services/Holding	77,0	79,1	64,9	- 18,0
- „Digitale Aktivitäten“	702,7	848,4	946,6	+ 11,6
- Werbung	786,4	855,3	985,9	+ 15,3
- Vertrieb	381,6	364,7	351,1	- 3,7
- Ausland	564,5	609,7	753,9	+ 23,6
Betriebsergebnis (EBITDA)	240,7	266,1	266,7	+ 0,2
- Bezahlangebote	125,1	132,7	90,8	- 31,6
- Vermarktungsangebote	53,3	55,3	48,7	- 11,9
- Rubrikenangebote	81,0	101,0	147,3	+ 45,9
- Services/Holding	- 18,7	- 22,9	- 20,1	-
Überschuss	113,3	141,6	111,0	- 21,6
Überschuss bereinigt	122,3	138,2	136,5	- 1,2
Beschäftigte (Durchschnitt)	12.859	13.295	14.781	+ 11,2

Quelle: Pressemitteilung der Axel Springer SE, 4. 8. 2015

Der publizistische Kern des Unternehmens sind die „Bezahlangebote“. Hier sind die journalistischen Aktivitäten untergebracht. Neben diversen Nachrichtenportalen sind das die Zeitungen „Bild“ und „Welt“ samt Sonntagsausgaben und Ablegern („Sport Bild“ etc.). Dieser Bereich ist beim Umsatz um 4,1 Prozent und beim Bruttogewinn um fast ein Drittel geschrumpft. Für letzteres wird die Fußball-WM 2014 mit verantwortlich gemacht, zu der es eine werbeträchtige „Bild“-Sonderausgabe gegeben hatte; im laufenden Jahr fehlte Entsprechendes.

Die Bezahlangebote sind geschrumpft.

Es ist anzunehmen, dass die Gewinne bei den Bezahlangeboten hauptsächlich von der gedruckten „Bild“-Zeitung stammen; Zahlen hierzu werden nicht genannt. Die Digitalplattform „BILDplus“ hatte im September 2015 knapp 293.000 zahlende Abonnenten (Vorjahr: rund 200.000). Das entspricht gut zwölf Prozent der gedruckten Auflage. Die Plattform „welt.de“ hatte knapp 70.000 Abonnenten (33 Prozent von Print). Das sind keine schlechten Zahlen, aber Springer steckt auch viel Geld in seine beiden digitalen „Marken“. Am wirtschaftlichen Ertrag der Portale hängt der Erfolg von Mathias Döpfners Konzernstrategie.

Der Vorstandsvorsitzende wollte den Erfolg mit einem spektakulären Coup vorantreiben: der Übernahme der „Financial Times“ (FT). *Springer* hatte schon seit Ende 2014 mit der Verlagsgruppe *Pearson* über den Kauf verhandelt, und man schien sich einig zu sein. Am 23. Juli 2015 legte dann aber die japanische Mediengruppe *Nikkei* überraschend ein Angebot von umgerechnet 1,2 Milliarden Euro vor. *Springer* wollte eine Milliarde zahlen und winkte ab. Über die Gründe für den Verzicht kann nur spekuliert werden. Am Geld wird es nicht gelegen haben, denn allein durch den Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften an *Funke* 2013 und des Hamburger Hochhauses 2015 hat der Konzern 1,1 Milliarden Euro eingenommen.

Die Übernahme der „Financial Times“ ist gescheitert.

Der Kaufpreis von 1,2 Milliarden Euro war für eine Zeitung mit 737.000 Auflage und 473 Millionen Euro Umsatz sehr hoch. Aber die FT ist eine globale Nachrichtenmarke in englischer Sprache, die weltweit Ansehen genießt und gekauft wird. Und sie liefert eines der seltenen Beispiele einer wirtschaftlich erfolgreichen Digitalstrategie: Die Zahl der Online-

und Mobilabonnements erreicht 70 Prozent der gedruckten Auflage – ein Traumwert. Mit der Übernahme der FT hätte Mathias Döpfner das werden können, was er schon lange sein will: einer der großen Spieler in der ersten Liga der internationalen Medienmärkte. Er hätte ein Zukunftsprojekt in die Hand bekommen, durch das seine Digitalstrategie gestärkt worden wäre. Entsprechend groß soll in der Führungsetage der Schock über den verlorenen Bieterkampf gewesen sein.

Der Frust dürfte noch dadurch gesteigert worden sein, dass kurz vorher eine mögliche Fusion der *Axel Springer SE* mit der *ProSiebenSat.1-Gruppe* (QB 2/15-2, S. 1 f.) abgeblasen worden war. Zu groß waren die unterschiedlichen Interessen (etwa, wer in einem Gemeinschaftskonzern das Sagen haben sollte). Immerhin haben beide Konzerne vereinbart, künftig gemeinsam bei Startups investieren zu wollen. Den Worten sind auch schon Taten gefolgt, wie die Bilanz des dritten Quartals 2015 zeigt:

Gespräche über eine Fusion mit ProSieben-Sat.1 sind geplatzt.

- *Springer* und *P7S1* haben je 20 Prozent der Ticketbörse *myticket.de* erworben. Gezahlt wird nicht bar, sondern in Form von Werbespots auf *P7S1*-Fernsehsendern und auf „bild.de“ im Gegenwert von 18 Millionen Euro.
- Beide Konzerne sind als Ankerinvestoren mit einem „mittleren zweistelligen Millionenbetrag“ beim Fonds „Lakestar II“ eingestiegen.
- Am US-Startup *Jaunt*, das Inhalte für „virtuelle Realität“ erzeugt und verbreitet, haben sie eine Minderheitsbeteiligung erworben.

Gemeinsame Deals Springers mit P7S1

Der *Springer*-Konzern hat auch unabhängig von *P7S1* diverse Unternehmen ganz oder teilweise übernommen:

- *Springers* Immobilienplattform *Seloger.com* hat den Konkurrenten *Amivac.com* übernommen.
- Die israelische Springer-Tochter *Yad2* hat 70 Prozent der dortigen Online-Stellenbörse *Drushim* gekauft.
- Am US-Wirtschaftsportal „Business Insider“ war *Springer* schon mit neun Prozent beteiligt, Ende September 2015 kamen weitere 88 Prozent dazu – zusammen also nun 97 Prozent. Der Kaufpreis betrug rund 306 Millionen Euro. Das Portal ist neben den USA in sieben weiteren Ländern vertreten, eine deutsche Ausgabe soll noch vor Ende 2015 angeboten werden.
- Auch das US-Lifestyleportal „Thrillist“ darf sich über *Springer*-Kapital freuen. Der Konzern hat einen Minderheitsanteil erworben.

Übernahmen und Beteiligungen im ersten Halbjahr 2015.

Das *Springer*-Management scheint bei Kooperationen mit anderen Konzernen auf den Geschmack gekommen zu sein. Im dritten Quartal 2015 hat es drei derartige Vereinbarungen gegeben:

- In der Schweiz hat *Springer* seine Medien mit denen des *Ringier*-Konzerns in ein Gemeinschaftsunternehmen *Ringier Axel Springer Schweiz* eingebracht. Die neue Firma soll 300 Millionen Franken (275 Millionen Euro) Umsatz machen und 600 Leute beschäftigen. Wenn sie 2017 in Zürich den Betrieb aufnimmt, dürfte aber Stellenabbau zu erwarten sein, weil viele Verwaltungstätigkeiten zusammengelegt werden. Vorbild für das Joint Venture ist die 2010 gebildete Osteuropa-Holding *Ringier Axel Springer Media AG*.
- Eine „strategische Partnerschaft“ hat der Springer-Konzern mit *Samsung Electronics Co.* vereinbart. Es geht um „die Entwicklung neuer digitaler Medienformate für Nutzer in Europa“. Erstes Ergebnis ist eine Nachrichtenplattform „Upday“, die exklusiv

Neue Gemeinschaftsfirmen Springers mit anderen Konzernen

für Nutzer von *Samsung*-Geräten verfügbar ist. Die redaktionelle Betreuung liegt bei *Springer*.

- Eine weitere „Partnerschaft“ gibt es in Schweden. Das *Springer*-Portal „finanzen.net“ hat mit dem dortigen Wirtschaftsmagazin „Veckans Affärers“ (*Bonnier*-Gruppe) das Finanzportal „VAfinans.se“ gestartet.

In *Springers* Portfolio sind auch Abgänge zu verzeichnen:

- Die österreichische Fitness-App „Runtastic“ ist Anfang August 2015 für 220 Millionen Euro an den Sportartikelhersteller *Adidas* verkauft worden. *Springer* hat 50,1 Prozent besessen, kassierte also 110 Millionen Euro. Das war ein Bombengeschäft, denn im Oktober 2013 hatte der Konzern die Beteiligung für 22 Millionen Euro erworben.
- Anfang September 2015 machte *Springer* seinen Ausstieg aus dem Russlandgeschäft offiziell. Der Konzern ist bislang mit etlichen Zeitschriften, teils in Lizenz, in Russland aktiv und erzielte einen geschätzten Umsatz von 25 Millionen Euro. Käufer sind zu 80 Prozent der russische Verleger Alexander Fedotov, der Rest geht an die bisherige Geschäftsführerin Regina von Flemming. Den Hintergrund bildet ein Gesetz, das ab 2016 den Auslandsanteil an russischen Medien auf 20 Prozent beschränkt.

„Runtastic“ wurde mit hohem Gewinn verkauft.

Erzwungener Ausstieg aus dem Russlandgeschäft

Die Tabloidzeitung „Welt Kompakt“ hat zum 1. September 2015 ihre Lokalteile für Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Köln und München abgeschafft. Nur in Hamburg soll es weiter lokale Seiten geben. Entlassen werde deshalb niemand, hieß es.

Dagegen gab es Stellenabbau bei „Auto Bild“ in Hamburg. Dort werden die Fotoredakteure (eine „einstellige Zahl“) nicht mehr gebraucht. Die Textredakteure dürfen sich künftig selbst um die Bebilderung kümmern. Im *Springer*-Sprech heißt das „die Verantwortung der einzelnen Redakteure stärken“.

ProSiebenSat.1 Media SE

Thomas Ebeling, der Vorstandsvorsitzende des Münchner Fernsehkonzerns, durfte sich einmal mehr über glänzende Wirtschaftszahlen freuen: „Wir sind in allen Segmenten profitabel gewachsen und treiben unsere Wachstumsstrategie mit voller Kraft voran.“ Der Konzernumsatz ist im ersten Halbjahr 2015 um 12,2 Prozent gewachsen, der EBITDA-Gewinn um 8,6 Prozent und der Nettoprofit um 29,4 Prozent. Die Wachstumsziele wurden nach oben korrigiert: Bis 2018 will man 4,2 Milliarden Euro Jahresumsatz erreichen – die Hälfte davon außerhalb des klassischen Fernsehgeschäfts.

Weiterhin gute Geschäftszahlen bei P7S1

Einstweilen bleibt das Fernsehen die Stütze des Geschäfts: 70 Prozent des Umsatzes und 83 Prozent des Bruttogewinns werden durch Werbespots und (in geringem Maß) Abogebühren erzielt. Mit 4,7 Prozent hat dieser Bereich auch deutlich zugelegt. Die Wachstumstreiber allerdings sind die Bereiche Digitales und Produktion. Bei „Digital & Adjacent“ (so die neudeutsche Benennung) stammt der Umsatzzuwachs hauptsächlich aus diversen Verkaufs- und Vergleichsplattformen, von denen einige (z. B. *Amorelie*, *Flaconi*) neu zugekauft worden sind. *P7S1* nutzt seine Fernsehsender, um die eigenen Portale zu propagieren. Explizit wird das auch für die Neuerwerbung *Verivox* angekündigt, ein Vergleichsportal für Versicherungen und Finanzen, das im Juni 2015 gekauft worden ist.

Die Bereiche jenseits des Fernsehens sind die Wachstumstreiber.

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

	2013	2014	2015	2015/14 %
Außenumsatz	1.187,6	1.272,2	1.427,1	+ 12,2
- Fernsehen deutschsprachig	927,8	960,4	1.005,4	+ 4,7
- Digital und Angrenzendes ¹⁾	209,2	255,1	321,7	+ 26,1
- Produktion und Rechtehandel	50,5	56,7	100,0	+ 76,5
Bereinigtes EBITDA ²⁾	337,2	359,3	390,3	+ 8,6
- Fernsehen deutschsprachig	293,4	308,2	322,8	+ 4,7
- Digital und Angrenzendes	44,3	54,6	64,3	+ 17,8
- Produktion und Rechtehandel	1,8	- 1,2	4,7	-
Betriebsergebnis (EBITDA)	320,7	344,6	371,4	+ 7,8
Netto-Ergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	192,2	132,5	179,7	+ 29,4
Investitionen ins Programm	489,1	469,3	510,7	+ 8,8
Nettofinanzschulden	553,8	1.823,7	1.781,7	- 2,3
Beschäftigte (30. 6.)	3.281	4.173	4.578	+ 9,7

¹⁾ Online-Videothek, Onlinespiele, Wagnisbeteiligungen ²⁾ bereinigt um Sondereffekte

Quelle: Halbjahresbericht der ProSiebenSat.1 Media AG vom 30. 6. 2015

Bei Übernahmen und Beteiligungen der *P7S1*-Gruppe sind im dritten Quartal 2015 folgende Vorgänge bekannt geworden:

- Am YouTube-Vermarkter *Collective Digital Studios* hat der Konzern seinen Anteil auf 75 Prozent erhöht und dafür 74 Millionen Euro bezahlt.
- An der „Ad-Exchange-Plattform“ *Smartstream.tv* wurde der *P7S1*-Anteil von 25 auf 80 Prozent gesteigert. Das Unternehmen bietet automatisierten Einkauf von Videowerbung.
- Auch *ePetWorld*, die Betreiberin der Portale „katzenland.de“ und „hundeland.de“, durfte sich über einen Einstieg des Fernsehkonzerns freuen. Bezahlt wurde nicht in bar, sondern durch kostenlose Werbespots.
- Die frisch gegründete Tochterfirma *7NXT* hat sich 57,5 Prozent der *DOSB New Media GmbH* gesichert. Es handelt sich um eine Gründung des *Deutschen Olympischen Sportbunds*, mit deren Hilfe Sportreportagen, vorzugsweise von Randsportarten, produziert und übertragen werden sollen.

Mit dem *Springer*-Konzern ist im August 2015 eine Vereinbarung geschlossen worden, künftig gemeinsam bei Startups investieren zu wollen. Seither hat es drei solcher Investitionen gegeben (siehe oben, S. 5).

*Übernahmen
und Beteiligungen
im ersten
Halbjahr 2015*

ARD und ZDF

Auf den ersten Blick hat sich die Neugestaltung der Finanzierung für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ausgezahlt. Zum Jahresbeginn 2013 war die gerätebezogene Rundfunkgebühr durch einen haushaltsbezogenen Rundfunkbeitrag ersetzt worden. Die Einnahmen daraus sind 2013 um 190 Millionen Euro und 2014 um 643 Millionen Euro bzw. um 8,4 Prozent gewachsen. Diese Entwicklung resultiert nach Angaben der neu geschaffenen Behörde *Beitragsservice* in erster Linie „aus der Durchführung der rückwirkenden Direktanmeldung für die Jahre 2013 und 2014 auf der Grundlage von Daten aus dem einmaligen Meldedatenabgleich und der anlassbezogenen Meldedatenübermittlung im Jahr 2014“.

Die Umstellung der Rundfunkfinanzierung hat höhere Einnahmen gebracht.

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
2014	.	.	8,17

*) 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 2014, S. 41

Verteilung der Erträge aus Rundfunkbeiträgen 2014 (in Millionen Euro)

Empfänger	Gesamt	darunter
		Landesmedienanstalten
Westdeutscher Rundfunk	1.278,9	33,0
Südwestrundfunk	1.099,5	28,4
Norddeutscher Rundfunk	1.063,9	27,5
Bayerischer Rundfunk	981,5	25,3
Mitteldeutscher Rundfunk	646,1	16,7
Hessischer Rundfunk	455,0	11,7
Rundfunk Berlin-Brandenburg	443,2	11,4
Saarländischer Rundfunk	74,3	1,9
Radio Bremen	48,0	1,2
ARD gesamt	6.090,4	157,3
ZDF	2.020,6	-
Deutschlandradio	213,3	-
Gesamt	8.324,3	157,3

Quelle: Beitragsservice a. a. O., S. 41

Von den 8,2 Milliarden Euro Gesamteinnahmen gehen 5,9 Milliarden an die ARD, 2,0 Milliarden an das ZDF, 213 Millionen an das Deutschlandradio und 157 Millionen Euro an die Landesmedienanstalten. Hinzu kamen 2014 noch rund 300 Millionen Euro Werbeerlöse für ARD und ZDF.

Die Rundfunkanstalten dürfen die Mehreinnahmen nicht behalten, sie liegen auf Sonderkonten. Zur Verfügung steht den Sendern nur das Geld, das die *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* (KEF) als Finanzbedarf für die Jahre 2013 bis 2016 anerkannt hat. Diese hatte sich politischem Druck gebeugt und wesentlich eine Unterfinanzierung in Kauf genommen. Anfang 2012 hatte sie eine Finanzierungslücke von 304 Millionen Euro festgestellt, zu deren Ausgleich der Monatsbeitrag von 17,98 auf 18,35 Euro erhöht werden musste. Weil aber auf die Rundfunkgebühr umgestellt wurde, empfahl sie, die Erhöhung zu unterlassen und die Auswirkungen der Reform abzuwarten.

Die Mehreinnahmen aus der Rundfunkgebühr fließen auf Sperrkonten.

Die liegen nun vor. Die Einnahmen von 2013 übertrafen die von 2009, als die letzte Erhöhung stattgefunden hatte, um 80 Millionen Euro. Danach waren sie gesunken. Die Finanzierungslücke von 304 Millionen Euro war somit bei weitem nicht geschlossen. Trotzdem gab es eine öffentliche Diskussion über die angeblich unersättlichen Rundfunkanstalten. Aus der Politik kamen Forderungen nach Beitragssenkungen. Die KEF gab dem nach und empfahl, die Mehreinnahmen zur Hälfte auf Sperrkonten zu übertragen und mit dem Rest eine Gebührensenkung auf 17,50 Euro zu finanzieren. Die Ministerpräsidenten der Bundesländer bzw. die Landtage, die die Rundfunkgebühr beschließen, folgten dem nur allzu gerne.

Für die laufende Beitragsperiode wurde bewusst eine Unterfinanzierung von ARD und ZDF in Kauf genommen.

Nun steht die Entscheidung zur Höhe des Rundfunkbeitrags 2017 bis 2020 an. Aus mehreren Staatskanzleien kam schon vorneweg eine klare Position: keine Erhöhung. Auch der KEF-Vorsitzende Heinz Fischer-Heidlberger hat sich in diesem Sinne geäußert. Die ARD hat eine Berechnung für 1,6 Milliarden Euro Mehrbedarf vorgelegt. Als Begründung werden Preissteigerungen um neun Prozent, höhere Gehälter, wachsende Kosten fürs Programm und den Ausbau der digitalen Verbreitungswege genannt. Die zentrale Forderung besteht darin, dass die gesperrte Rücklage von inzwischen 1,2 Milliarden Euro (bis Ende 2016 vermutlich 1,6 Milliarden Euro) aufgelöst und den Anstalten zur Verfügung gestellt wird. Zusätzlich würden 100 Millionen Euro Mehreinnahmen pro Jahr benötigt. Das ZDF zeigt sich etwas zurückhaltender und will sich mit der Auflösung der Rücklage begnügen. Die KEF muss hierzu eine Empfehlung formulieren, an die die Länder allerdings nicht gebunden sind.

Forderungen von ARD und ZDF für die Beitragsperiode 2017 bis 2020.

Derweil hat der *Bayerische Rundfunk* angekündigt, in den kommenden zehn Jahren 450 von derzeit 995 Arbeitsplätzen in der Fernsehproduktion streichen zu wollen. „Wie es andere Sender auch schon getan haben, wird der BR seine Strukturen effizienter gestalten müssen“, heißt es zur Begründung. Entlassungen soll es nicht geben.

Der BR streicht fast die Hälfte der Stellen in der Produktion.

Anfang Oktober 2015 haben die Ministerpräsidenten der Länder ein neues öffentlich-rechtliches Jugendangebot beschlossen. Im Dezember soll der Staatsvertrag unterzeichnet werden und dann den Länderparlamenten zugeleitet werden. Der geplante Start des Portals ist Oktober 2016. Es handelt sich um einen reinen Internetkanal für die Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen. Eine Ausweitung ins klassische Fernsehen war während der jahrelangen Diskussionen verworfen worden. Das Budget beträgt 45 Millionen Euro. Im Gegenzug sollen die digitalen Fernsehsender „EinsPlus“ und „ZDFkultur“ eingestellt werden.

Die Internet-Jugendkanal von ist beschlossene Sache.

Unabhängig von der Finanzierungsfrage sind *ARD* und *ZDF* wieder einmal durch ihre privatkapitalistischen Tochterfirmen ins Gerede gekommen. Diese bilden ein undurchsichtiges Gestrüpp von mittelbaren und unmittelbaren, direkten und indirekten Beteiligungen bis in die dritte Generation, auch untereinander und teilweise mit der privatwirtschaftlichen Konkurrenz verbunden. Die Autoren einer Untersuchung an der *Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften* in Salzgitter (veröffentlicht in „MedienWirtschaft“ 2/2015) haben sich die Mühe gemacht, die Strukturen am Beispiel des *ZDF*, des *Norddeutschen Rundfunks*, des *Westdeutschen Rundfunks*, des *Südwestrundfunks* und (vollständigkeitshalber) der *RTL-Gruppe* aufzuschlüsseln. Das Ergebnis, dargelegt in komplexen Schaubildern, macht die Forderung nach Transparenz und Auflösung dieser Strukturen nachvollziehbar. Praktische Folgen scheint die Untersuchung allerdings nicht zu haben.

Studie zum undurchsichtigen Beteiligungsgeflecht bei den privaten Töchtern von ARD und ZDF

Das könnte beim zweiten Fall anders sein. Ende Juli 2015 wurde bekannt, dass das *BKA* gegen die *Bavaria Film GmbH* (im Besitz von *WDR*, *SWR*, *MDR*, *BR* und dem *Land Bayern*) und die *Studio Berlin Adlershof GmbH* (indirekt im Besitz des *NDR*) wegen des Verdachts kartellrechtswidriger Absprachen ermittelt. In diesem Zusammenhang wurden Büros durchsucht, es ging um ein Bußgeldverfahren. Zusätzlich hat Anfang September 2015 die *Allianz Unabhängiger Filmdienstleister (AUF)* ein Gutachten vorgestellt, das Belege für eine Querfinanzierung von *ARD*-Anstalten zu ihren Tochterfirmen liefern will. Diesen sollten Wettbewerbsvorteile gegenüber unabhängigen Produzenten verschafft werden. Die *AUF* hat das Dokument dem *BKA* übergeben. Ob auf seiner Grundlage ein Missbrauchsverfahren eingeleitet wird, sei noch offen, ließ die Behörde wissen.

Durchsuchungen bei Bavaria Film und Studio Berlin-Adlershof

Die *ARD* und ihre Produktionstochter *Degeto* versuchen, solche Vorwürfe durch einen „Produzentenbericht“ zu entkräften. Er geht auf eine Vereinbarung mit der *Allianz Deutscher Produzenten* zurück und wurde erstmals im September 2015 für das vergangene Jahr veröffentlicht. Der Gesamtwert aller Auftrags-, Ko- und Mischproduktionen der *ARD*-Anstalten und der *Degeto* wird darin auf 707 Millionen Euro beziffert. Davon seien rund 70 Prozent (494 Millionen Euro) an unabhängige Produzenten gegangen. Unter diesem Begriff werden Firmen zusammengefasst, an denen keine Rundfunkanstalt direkt oder indirekt beteiligt ist.

Die ARD veröffentlichte einen Produzentenbericht.

Weltbild Retail GmbH & Co. KG

Vor einem Jahr sah die Zukunft dessen, was von der einstigen *Verlagsgruppe Weltbild* übriggeblieben war, einigermaßen positiv aus (QB 3/14-2, S. 14 f.). Der Düsseldorfer Finanzinvestor *Droege International Group* hatte 60 Prozent des insolventen Unternehmens mit rund tausend Beschäftigten übernommen, eine Kapitalerhöhung um 20 Millionen Euro in Aussicht gestellt und ein langfristiges Engagement versprochen. Mit dem Insolvenzverwalter wurde ein Konzept „Weltbild 2.0“ vereinbart. Ausdruck dessen schien die Komplettübernahme des Onlinehändlers *buecher.de* im September 2014 zu sein.

Die Hoffnungen auf den Finanzinvestor Droege waren trügerisch.

Was sich seither abgespielt hat und noch abspielt, ist eine Mischung aus Trauerspiel und zynischem Machtpoker. Bei der Übernahme hatte *Droege* den *Weltbild*-Logistikbereich mit 500 Arbeitsplätzen abgespalten und an seine Tochterfirma *Also Logistics Services* übertragen. Diese stellte Ende Juli 2015 einen Insolvenzantrag. Damit sollte die Forderung nach Entlassung von 350 „Mitarbeitern“, Gehaltskürzungen um 20 Prozent ab sofort und dem Einsatz von Leiharbeitern durchgesetzt werden. Andernfalls sei

die Liquidierung der Logistik „nicht auszuschließen“. Am 1. Oktober 2015 ist das Insolvenzverfahren eröffnet worden.

Das Weltbild-Restunternehmen hatte Anfang 2015 auf Anordnung *Droeges* von seinen rund 130 Ladengeschäften („Weltbild“, „Jokers“) 67 mit 350 Beschäftigten an den Unternehmer Rüdiger Wenk verkauft. Dieser betrieb eine Schmalspur-Buchkette *Lesensart*. Nach und nach wurde bekannt, dass Wenk übernommene Filialen in Ein-Euro-Läden umwandelte. Mitte Juli 2015 meldete dann die *Lesensart*-Kette ihrerseits Insolvenz für die verbliebenen 44 Filialen an, inzwischen wurde das Insolvenzverfahren eröffnet. Bis Monatsende sollen weitere neun Läden geschlossen werden, eine Rettung für den Rest hält der Betriebsrat für unwahrscheinlich. Die Belegschaftsvertretung und *ver.di* vermuten, dass *Droege International* Wenk als Strohmann engagiert hat, um Filialen billig und ohne Sozialplan loswerden zu können.

Die Hälfte der „Weltbild“-Läden ist an einen Rüdiger Wenk verkauft worden. Dessen Firma ist inzwischen insolvent.

Wie es mit dem Rest von *Weltbild* – der Zentrale in Augsburg, den verbliebenen Läden und dem Onlineverkauf – weitergehen kann, ist offen. Die akute Bedrohung durch eine Schließung der Logistik scheint vorerst abgewendet zu sein: *Weltbild* wird bis Ende Januar 2015 die Verluste von *Also Logistics* tragen, um das Weihnachtsgeschäft zu sichern. Was danach kommt, bleibt offen. Sicher ist: Ohne Logistik kann ein Versandhändler nicht existieren.

Die Bedrohung durch den Wegfall der Logistik ist nur vorübergehend beseitigt.

Auf der Frankfurter Buchmesse im Oktober 2015 hat das *Weltbild*-Management positive Signale ausgesandt: Das Schlimmste sei überwunden, im kommenden Jahr wolle man wieder wachsen. Im zurückliegenden Geschäftsjahr 2014/15 (30. 6.) sind rund 400 Millionen Euro umgesetzt worden (Umsatz 2011/12: 1,6 Milliarden, 2013/14: 600 Millionen). Das sei die Basis für „vorsichtigen Optimismus“.

Ver.di geht in einer Stellungnahme davon aus, dass *Droege* nie vorhatte, eine leistungsfähige Logistik für *Weltbild* aufzubauen. „Stattdessen will man sich mit den Geldern der Grundstücksgesellschaft *Mobility* vom Acker machen und sich einen attraktiven Logistikstandort für die Schweizer Aktiengesellschaft unter den Nagel reißen.“ (buchreport, 17. 9. 2015)

Vermutlich hatte der Finanzinvestor nie vor, Weltbild in bisheriger Form zu erhalten.

Kontakt:

Carnelia Hass
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