

Funkes Flucht vom Balkan

Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft Oktober bis Dezember 2015 Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

22. Januar 2016

Bei den wenigen Medienunternehmen, die Geschäftszahlen veröffentlichen, gab es Ende 2015 fast durchwegs Erfolgsmeldungen. Umsätze und Profite sind deutlich gestiegen, die Prognosen klingen optimistisch. *Bertelsmann* hat seine innere Struktur verändert und neue „Groups“ gebildet, *Springer* setzt weiter alle Kraft aufs Internet, insbesondere beim Rubrikengeschäft und Onlinejournalismus. *ProSiebenSat.1* strotzt nach dem Ausstieg der Finanzinvestoren vor Stärke und expandiert durch Zukäufe. Die *VG von Holtzbrinck* hat einen neuen Großkonzern für Fachmedien geschaffen, die *Funke-Gruppe* ist durch gewaltige Zukäufe gewachsen. Bei *ARD* und *ZDF* herrscht zwar der Rotstift vor, aber das ist politisch so gewollt.

Bertelsmann SE & Co. KGaA

In Gütersloh herrscht eitel Freude über das Geschäftsergebnis der ersten neun Monate 2015. Dieser Eindruck wurde bei der Präsentation der Zahlen am 12. November vermittelt. Der Umsatz ist um 2,8 Prozent auf 12,2 Milliarden Euro gestiegen, der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) verbesserte sich um 7,4 Prozent auf 1,6 Milliarden Euro. Besonders hervorgehoben wurde, dass der Nettogewinn auf 573 Millionen Euro gestiegen ist und sich damit fast verdoppelt hat.

Steigerung bei Umsatz, Gewinn und Nettoprofit.

Das so glänzende Bild wird allerdings eingetrübt, wenn man die Zahlen nicht mit denen von 2014, sondern von 2013 vergleicht. In diesen zwei Jahren sind zwar der Umsatz um 7,2 Prozent und das EBITDA um neun Prozent gestiegen, der bereinigte Vorsteuergewinn (EBIT) und der Nettogewinn lagen aber deutlich (um 11,2 bzw. 8,0 Prozent) unter den damaligen Werten. Die Investitionssumme ist mehr als halbiert worden.

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

	2013	2014	2015	15/14 (%)
Umsatz	11.333	11.817	12.152	+ 2,8
EBITDA (operational)	1.464	1.485	1.595	+ 7,4
EBIT (um Sondereinflüsse bereinigt)	1.118	739	993	+ 34,4
Konzerngewinn/-verlust	623	292	573	+ 96,2
Investitionen	1.795	861	780	- 9,3
Beschäftigte	111.099	112.037	121.002	+ 8,0

Quelle: Pressemitteilung der Bertelsmann SE & Co. KGaA, 12. 11. 2015

Zahlen zu den einzelnen Geschäftsbereichen veröffentlicht Bertelsmann für die ersten und dritten Quartale nicht. Von der *RTL-Gruppe*, an der der Konzern 75,1 Prozent hält, wurden aber separate Zahlen bekannt. Ihr Umsatz ist in den ersten neun Monaten 2015 um 4,1 Prozent auf 4,14 Milliarden Euro gestiegen, das EBITDA erhöhte sich um 3,2 Prozent auf 844 Millionen Euro, der Nettogewinn stieg um mehr als die Hälfte auf 464 Millionen Euro. Damit spielte der Fernseh- und Unterhaltungskonzern einmal mehr die Melkkuh für *Bertelsmann*. Am erfolgreichsten war wie gewohnt *RTL Deutschland*; hier stieg der Umsatz um 9,3 Prozent auf 457 Millionen Euro.

Die RTL-Gruppe erzielt die meisten Profite.

Bertelsmanns Pressesparte *Gruner+Jahr* meldet derweil für 2015 erstmals seit vielen Jahren wieder steigende Vertriebsumsätze. Das liege zum einen an Preiserhöhungen für bestehende Titel, andererseits an mehreren Neuerscheinungen (insgesamt acht sowie etliche Sonderhefte). Besonders erfolgreich sei – auch bei den Werbeumsätzen – „Barbara“, eine „hochwertige Frauenzeitschrift neuen Typs“ (Verlagsankündigung).

Gruner+Jahr steigert die Vertriebsserlöse.

Die Bertelsmann Education Group*Unternehmen:*

- Arist Education System (USA; Hochschulen)
- Alliant International University (USA; Hochschule)
- Relias Learning (USA; Onlinebildung)
- RediLearning (USA; Onlinebildung)
- Synergis Education (USA; Bildungsdienste)
- HotChalk (USA; Bildungsdienste)
- Udacity (USA; Onlinebildung)
- Affero Lab (Brasilien; Weiterbildung)

Fonds:

- University Ventures Fonds (Europa, USA)
- Bozano Education 2 (Brasilien)
- BR Education Ventures (Brasilien)

Quelle: buchreport.express, 5. 11. 2015)

Im vierten Quartal 2015 hat der Konzern innere Strukturen verändert. Nachdem schon im September sämtliche Bildungsgeschäfte in der *Bertelsmann Education Group* zusammengefasst worden sind, folgte im November das Segment Kundenmedien. Die Agentur *Medienfabrik*, die bislang zur Technik- und Servicesparte *Arvato* gehörte, wurde zu *Gruner+Jahr* weitergereicht und mit *G+J Corporate Editors* verschmolzen. Dadurch entstand Deutschlands größter „Content Communication Dienstleister“ mit einem Jahresumsatz deutlich über 100 Millionen Euro.

Bildungsfirmen und Kundenmedien finden sich in neuen Dachgesellschaften.

Auch das Druckereigeschäft ist neu sortiert worden. Nachdem *Bertelsmann* im

Auch die Druckereien wurden in einer neuen „Group“ zusammengefasst.

September 2015 von *Axel Springer* 25,1 Prozent des Tiefdruckkonzerns *Prinovis* übernommen hat und nun Alleineigentümer ist, wurde zwei Monate später die *Bertelsmann Printing Group* aus der Taufe gehoben. Auch hier gibt's einen Superlativ: Sie ist „der größte Druckerei-Verbund Europas“ mit rund 9.000 Beschäftigten und 1,7 Milliarden Euro Jahresumsatz. Unter dem neuen Dach finden sich *Prinovis*, die Offset- und Digitaldruckereien von *BePrinters*, *Mohn Media*, *GCP Media*, *Vogel Druck*, *RTV Media Group*, *Arvato Campaign* und *Arvato Entertainment*.

Im vierten Quartal 2015 hat *Bertelsmann* sein Bildungsgeschäft durch drei Übernahmen bzw. Beteiligungen in den USA gestärkt. Mittelfristig soll hieraus ein eigenständiger Geschäftsbereich im Rahmen des *Bertelsmann*-Konzerns werden.

*Übernahmen
und Beteiligungen
im vierten
Quartal 2015*

- Im Oktober 2015 hat die *Bertelsmann*-Tochter *Relias Learning* den US-Bildungsanbieter *RediLearning* gekauft.
- Rund 230 Millionen US-Dollar (212 Millionen Euro) hat *Bertelsmann* im November 2015 investiert, um beim US-amerikanischen Hochschuldienstleister *HotChalk* größter Aktionär zu werden.
- An *Udacity*, einem weiteren US-Bildungsanbieter, hat *Bertelsmann* ebenfalls im November 2015 seinen schon bestehenden Anteil „signifikant“ erhöht und ist nun einer der Haupteigentümer.
- Über seine Tochterfirma *Ebrace* hat *Gruner+Jahr* das Onlineportal „Employour.de“ für einen zweistelligen Millionenbetrag gekauft. Es hat sich als Karriereplattform für Berufseinsteiger spezialisiert.

Gruner+Jahr ist derweil dabei, sein Verlagsgebäude am Baumwall in Hamburg abzustoßen und in die neu gestaltete Hafencity umzuziehen. Die Stadt Hamburg steht – wie schon im Februar 2015 beim Verkauf des *Springer*-Hochhauses – als dienstbarer Kaufinteressent bereit. Spekuliert wird über einen Preis von 180 Millionen Euro. Die Verhandlungen laufen noch, heißt es.

*Gruner+Jahr
will umziehen.*

Axel Springer SE

In den ersten neun Monaten des abgelaufenen Jahres hat der *Springer*-Konzern kräftig zugelegt. Der Gesamtumsatz hat um 8,9 Prozent über dem Ergebnis des Vorjahrs gelegen, das EBITDA um fast genauso viel. Der Konzernüberschuss, d. h. das, was unterm Strich übrig geblieben ist, nahm sogar um 12,7 Prozent zu. Selbst die Belegschaft ist um elf Prozent größer geworden.

*Kräftiges Plus
bei Springer*

Dieses Wachstum war in erster Linie das Ergebnis von Firmenkäufen. Im Lauf des Jahres 2015 hat *Springer* 18 Unternehmen ganz oder teilweise übernommen und drei Gemeinschaftsfirmen mit anderen Konzernen gegründet. Rechnet man solche Effekte heraus, dann bleibt ein Wachstum beim Umsatz von einem Prozent und beim EBITDA von 6,9 Prozent.

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

	2013	2014	2015	15/14 (%)
Umsatz	2.037,2	2.177,91	2.372,7	+ 8,9
- Bezahlangebote	1.119,6	1.129,4	1.095,4	- 3,0
- Vermarktungsangebote	505,4	564,9	632,7	+ 12,0
- Rubrikenangebote	296,4	357,1	547,5	+ 53,3
- Services/Holding	115,8	126,5	97,1	- 23,2
- Digitale Aktivitäten	.	1.271,6	1.404,9	+ 10,5
- Werbung	1.179,2	1.278,3	1.484,7	+ 16,1
- Ausland	841,3	926,6	1.128,3	+ 21,8
Betriebsergebnis (EBITDA)	336,7	363,9	396,0	+ 8,8
- Bezahlangebote	187,1	170,2	137,8	- 19,1
- Vermarktungsangebote	75,3	76,8	66,1	- 13,9
- Rubrikenangebote	119,1	160,2	225,7	+ 40,8
- Services/Holding	- 44,7	- 43,3	- 33,5	-
Überschuss	144,3	228,9	257,9	+ 12,7
Überschuss bereinigt	168,5	186,0	198,8	+ 6,9
Beschäftigte (Durchschnitt)	12.812	13.428	14.908	+ 11,0

Quelle: Pressemitteilung der Axel Springer SE, 4. 11. 2015

Vor drei Jahren hat Mathias Döpfner den Konzern von einem klassischen Verlag zu einem internetzentrierten Unternehmen umgestaltet. Mit Ausnahme von „Bild“ und „Welt“ samt Sonntagsausgaben und Ablegern („Sport Bild“ usw.) sowie drei kleinen Musiktiteln wurden alle Zeitungen und Zeitschriften verkauft. Die Geschäftsbereiche wurden nach Maßstäben des Onlinegeschäfts neu zugeschnitten: „Bezahlangebote“, „Rubrikenangebote“ und „Vermarktungsangebote“.

Die Masse des Profits, nämlich 57 Prozent, stammt von den Rubrikenangeboten („Classifieds“). Hier sind zahlreiche Firmen versammelt, die mit Medien wenig bis nichts zu tun haben, aber Geld bringen: Verkaufsplattformen, Jobbörsen, Immobilienportale, Marktplätze usw. Diese Sparte wächst rasch, ihr Anteil am Gesamtumsatz hat binnen Jahresfrist von 16 auf 23 Prozent zugenommen. Je größer ihr Gewicht wird, desto mehr entfernt sich der Konzern vom Ziel, das „führende europäische digitale Medienhaus“ zu sein.

Die Rubrikenangebote liefern 57 Prozent des Profits.

Dieser Anspruch stützt sich auf den publizistischen Kern des Unternehmens, die Bezahlangebote. Hier sind neben diversen redaktionellen Portalen („bild.de“, „welt.de“, „finanzen.net“ u. a.) und dem Fernsehsender „N 24“ die Printmedien untergebracht. Die Sparte ist derzeit noch die größte; sie liefert 46 Prozent des Konzernumsatzes, aber nur knapp 35 Prozent des Profits. Ihr Anteil sinkt deutlich: Im Vorjahreszeitraum stand sie noch für 52 Prozent des Umsatzes und 47 Prozent des Profits. Der Rückgang verwundert nicht, denn das Printgeschäft leidet an Auszehrung. Die „Bild“-Zeitung (samt der „B. Z.“) hat im dritten Quartal 2015 gegenüber dem Vorjahr 9,5 Prozent weniger Exemplare verkauft, „Die Welt“ (samt „Welt kompakt“) schrumpfte im Kioskverkauf um fast 30 Prozent und im Abonnement um 10,6 Prozent. Springer lässt allerdings wissen, dass man durch Preiserhöhungen und Einsparungen den Gewinn bei den Zeitungen trotzdem steigern können.

Der Anteil der Bezahlangebote an Umsatz und Profit sinkt.

Die Zukunft wird beim Onlinejournalismus gesehen. Hier investiert die Konzernführung einiges. Für die Nachrichtenportale „bild.de“ und „welt.de“ wurde viel Geld in den Programmeinkauf (z. B. bei der Fußballbundesliga) gesteckt. Im April 2015 hat Springer eine europäische Ausgabe des US-Onlinemediums „Politico“ auf den Markt gebracht.

Es besteht aus einer zentralen Website und peripheren Printmedien. Am 16. November 2015 startete eine deutsche Ausgabe des US-Online magazins „Business Insider“, das *Springer* im September für 306 Millionen Euro übernommen hat. Der große Coup ist ihm allerdings misslungen: Die Übernahme der „Financial Times“ samt Onlineausgabe scheiterte im Juli 2015 (QB 3/15-2, S. 4 f.).

Neue redaktionelle Onlineportale: „Politico“ und „Business Insider“

Vordergründig scheint *Springer* auch beim Onlinejournalismus erfolgreich zu sein. Zwar hat „Bild.de“ bei der Zahl der Einzelbesuche zwischen 2014 und 2015 einen Verlust von 3,5 Prozent hinnehmen müssen, die Menge der zahlenden Abonnenten stieg aber um 9,9 Prozent auf 310.000. Das sind 15,5 Prozent der gedruckten Auflage. „Welt.de“ erreicht mit 74.000 zahlenden Nutzern sogar fast 40 Prozent der Printauflage. Das sind gute Werte. Die entscheidende Frage bleibt aber, ob die Angebote auch profitabel sind. Dazu gibt das *Springer*-Management keine Auskunft. Der Fachdienst *PV Digest* hat kürzlich verlautbart, dass „Bild.de“ 2015 etwa 24 Millionen Euro mit Abonnementsgebühren eingenommen habe.

Gute Werte bei den Abonnements der Nachrichtenseiten

Damit die Motivation der Beschäftigten erhalten bleibt, hat man sich in der *Springer*-Zentrale eine Maßnahme der besonderen Art ausgedacht: Es wurden freiwillige soziale Leistungen gestrichen, etwa das erhöhte Weihnachtsgeld.

Soziale Leistungen wurden gestrichen.

Im vierten Quartal 2015 hat es drei neue Beteiligungen gegeben:

- Das bedeutendste Geschäft zeichnete sich schon länger ab: *Springer* hat seine Rubrikensparte „Classifieds“ (früher „AS Digital Classifieds“) vollständig übernommen und den Miteigentümer *General Atlantic* ausgekauft. Für seinen 15-Prozent-Anteil erhielt der Finanzinvestor *Springer*-Aktien im Umfang von 8,3 Prozent. Diese waren zum Datum der Vereinbarung (9. 12. 2015) rund 463 Millionen Euro wert.
- Im Rahmen einer Finanzierungsrunde hat *Springer* seinen Anteil an *NowThis Media*, einem US-Video-Nachrichtenanbieter, erhöht und ist nun der zweitgrößte Teilhaber.
- Der *Axel Springer Auto Verlag* hat die Mehrheit an der *infoRoad GmbH* gekauft, die das Portal „clever-tankende“ betreibt.

Übernahmen und Beteiligungen im vierten Quartal 2015

In Indien ist *Springer* offenbar ein profitabler Deal gelungen: Der 52,1-Prozent-Anteil am Gebrauchtwagenportal *CarWale* sei für ein Vielfaches des Kaufpreises von 2010 abgestoßen worden.

Profitables Geschäft in Indien

Ebenfalls verkauft wurde die Firma *Zuio* – ein Start-up, das vom neuen Eigentümer *Format Punkt E* zu einer Internetagentur umgebaut werden soll.

ProSiebenSat.1 Media Group SE

Der Münchner Unterhaltungskonzern hat in den ersten neun Monaten des Jahres 2015 seinen Umsatz um knapp 14 Prozent gesteigert. Das EBITDA hat um 7,2 Prozent zugenommen, bereinigt um 8,8 Prozent. Der Nettogewinn ist sogar um 11,7 Prozent auf 266,4 Millionen Euro gewachsen. Das alles ist auch, aber nicht nur auf etliche Firmenkäufe (u. a. *Verivox*, *Collective Digital Studio*) zurückzuführen.

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

	2013	2014	2015	15/14 (%)
Außenumsatz	1.764,5	1.909,7	2.174,2	+ 13,9
- Fernsehen	1.349,7	1.398,0	1.470,5	+ 5,2
- Digital und Angrenzendes	333,4	413,9	529,6	+ 28,0
- Produktion, Rechtehandel	81,4	97,8	174,1	+ 78,0
Betriebsergebnis (EBITDA)	469,0	501,5	537,8	+ 7,2
Bereinigtes EBITDA ¹⁾	488,2	522,2	568,1	+ 8,8
- Fernsehen	420,0	437,2	459,9	+ 5,2
- Digital und Angrenzendes	71,6	86,9	102,0	+ 17,4
- Produktion, Rechtehandel	- 0,3	1,0	10,1	> 100
Bereinigter Konzerngewinn	221,1	238,5	266,4	+ 11,7
Finanzschulden (30. 9.)	1.737,5	1.794,9	1.952,6	+ 8,8
Beschäftigte (30.9.)	3.524	4.418	5.094	+ 15,3

¹⁾ nach Sondereffekten

Quelle: Pressemitteilung der ProSiebenSat.1 Media AG vom 4. 11. 2015

Das klassische Fernsehgeschäft liefert immer noch mehr als zwei Drittel (67,6 Prozent) des Konzernumsatzes ab. Vor zwei Jahren aber lag der Anteil noch bei 76,5 Prozent. Die Strategie, durch Investitionen in neue Erlösmodelle und schnell wachsende Märkte die Abhängigkeit vom Fernsehmarkt zu verringern, scheint aufzugehen. Mit einer Vielzahl Übernahmen von und Beteiligungen an Firmen haben die Segmente Digital („Digital & Adjacent“) sowie Produktion und Rechtehandel („Content Production & Global Sales“) stark expandiert. Aber auch die Erlöse und Gewinne aus dem Fernsehgeschäft sind um 5,2 Prozent gestiegen.

TV steht für zwei Drittel des Geschäfts, aber die Bedeutung sinkt.

Vor dem Hintergrund der Zuwächse in den ersten neun Monaten hat das Management die Umsatzprognose für das Gesamtjahr 2015 angehoben. Man rechnet jetzt mit einer Steigerung im niedrigen zweistelligen Prozentbereich; zur Jahresmitte war man noch von einem hohen einstelligen Zuwachs ausgegangen. Bis 2018 will man den Umsatz nunmehr nicht auf 3,4 Milliarden Euro steigern, sondern auf 4,2 Milliarden. Das bereinigte EBITDA soll bis dahin 1,1 Milliarden Euro betragen.

Höhere Prognose für 2015

Die Expansion durch Aufkäufe hat P7S1 auch im vierten Quartal 2015 fortgesetzt.:

- Oktober 2015: Am globalen Fußball-Netzwerk *90min.com* in London ist eine Minderheitsbeteiligung erworben worden.
- Auch an der US-amerikanischen Streamingplattform *EverSport Media* hat P7S1 einen nicht näher bezifferten Minderheitsanteil gekauft.
- Für den schwedischen Online-Reiseanbieter *Etraveli* wurden 235 Millionen Euro locker gemacht.
- An der Münchner Firma *Vitafy*, einer Onlineplattform für Sporternährung, hat sich P7S1 knapp 28 Prozent gesichert und dafür angeblich zehn Millionen Euro bezahlt.
- Die P7S1-Tochter *Red Arrow Entertainment* hat im November 2015 eine Mehrheitsbeteiligung an der US-Produktionsfirma *Karga Seven Pictures* erworben. Es ist die sechste derartige Übernahme in den USA durch P7S1.
- Der Wagniskapitalfonds *ProSiebenSat.1 Accelerator* hat sich in nicht näher beziffertem Umfang am digitalen Versicherungsmakler *Clark.de* beteiligt.

Übernahmen und Beteiligungen im vierten Quartal 2015

ARD und ZDF

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten stehen unter starkem finanziellem Druck, weil sie nach der Umstellung ihrer Finanzierung von der Rundfunkgebühr auf den Rundfunkbeitrag Anfang 2013 unterfinanziert sind (QB 3/15-2, S. 9). Das widerspiegelt sich auch in den Haushaltsansätzen, die die einzelnen Anstalten für das Jahr 2016 aufgestellt haben und in denen meistens – wie schon im Vorjahr – Fehlbeträge vorausgesagt werden. Zwar ist anzunehmen, dass hierbei auch die bevorstehenden Verhandlungen über die Neufestsetzung des Rundfunkbeitrags ab 2017 eine Rolle spielen; Minuszahlen untermauern die eigenen Finanzierungsforderungen. Allzu weit entfernt von der Wirklichkeit dürften die Zahlen aber nicht liegen, denn die Haushalte unterliegen der staatlichen Aufsicht.

Haushaltsansätze für 2016: meistens im Minus

Im Oktober 2015 hat der *Bayerische Rundfunk* angekündigt, dass in den kommenden zehn Jahren 450 von 995 Vollzeitstellen in der Fernsehproduktion gestrichen werden. „Wie andere Sender es auch schon getan haben, wird der BR seine Strukturen effizienter gestalten müssen“, ließ eine Sprecherin wissen. Entlassungen soll es nicht geben.

Der BR will Stellen streichen.

Die von *ARD* und *ZDF* seit 2009 betriebene Gemeinschaftsfirma bei der Fernsehwerbung ist zum Jahresende 2015 aufgelöst worden. Das *ZDF* hatte seine Beteiligung an der *ARD & ZDF Fernsehwerbung GmbH* im Februar 2015 gekündigt, nachdem seine Forderung nach einem höheren Anteil an den Erlösen nicht erfüllt worden war. Welche Auswirkungen dieser Schritt haben wird, muss sich zeigen.

Die Gemeinschaftswerbung von ARD und ZDF ist Vergangenheit.

Der Vermarkter *ARD Werbung Sales & Services GmbH* vermarktet seit Anfang 2016 auch private Fernsehkunden und tritt damit in direkte Konkurrenz zu *RTL* und *ProSiebenSat.1*. Auf dem Hörfunkmarkt geschieht das schon länger, nun werden auch Werbezeiten von *Mainstream Media* („Romance TV“, „Goldstar TV“, „Heimatkanaal“) und von *TV Wartezimmer* („marktführender Kommunikationspartner in der medizinischen Wartezone“) von Frankfurt am Main aus vertrieben.

Georg von Holtzbrinck GmbH & Co. KG

Für die *Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck* (alias *Holtzbrinck Publishing Group*) war das Geschäftsjahr 2014 von Kontinuität bestimmt. Das legen die Geschäftszahlen nahe, die im November 2015 im Bundesanzeiger veröffentlicht worden sind. Für das jetzt abgelaufene Jahr dürfte das nicht mehr gelten, denn dann wird die Übernahme der Mehrheit an der Fachverlagsgruppe *Springer Science + Business Media* (*SBM*; nicht zu verwechseln mit *Axel Springer*) wirksam werden. *Holtzbrinck* hat vom Finanzinvestor *BC Partners* 54 Prozent des Verlagskonzerns gekauft und ihn mit wesentlichen Teilen seines Geschäftsfelds Wissenschaft und Bildung zu *Springer Nature* verschmolzen. Das Geschäft ist im Mai 2015 vollzogen worden. In das neue Unternehmen hat *Holtzbrinck* etwa 34 Prozent seines Umsatzvolumens eingebracht, *Springer SBM* hatte für 2014 einen Konzernumsatz von 943 Millionen Euro und 8.259 Beschäftigte gemeldet. Das neue Unternehmen *Springer Nature* wird einen Jahresumsatz von 1,5 Milliarden Euro erwirtschaften und rund 13.000 Beschäftigte in mehr als 50 Ländern haben.

Holtzbrinck hatte 2014 ein ausgeglichenes Geschäft, 2015 wird die neue Tochter „Springer Nature“ bilanzwirksam.

BC Partners bleiben mit 46 Prozent Miteigentümer am neuen Fachverlagskonzern. Da Finanzinvestoren aber keine langfristigen Investments tätigen, wird ein Verkauf dieser Anteile über kurz oder lang zum Thema werden. Dann steht entweder ein Börsengang von *Springer Nature* an, den *Holtzbrinck* aber vermutlich vermeiden will, oder die Stutt-

garter kaufen die Anteile selbst, was aber ihre finanziellen Möglichkeiten übersteigen dürfte. *Springer Nature* gilt als hoch verschuldet (was bei Töchtern von Finanzinvestoren normal ist). Ein denkbare Szenario wäre es, dass der Bereich Fachmedien herausgelöst und verkauft wird. Der Rest käme dann zu 100 Prozent in *Holtzbrinck*-Besitz.

Beim Mutterkonzern, der *VG Georg von Holtzbrinck*, ist 2014 der Konzernumsatz um 0,5 Prozent gewachsen und betrug 1,7 Milliarden Euro. Die Geschäftsfelder Wissenschaft und Bildung (*Macmillan Science & Education*), Buchverlage (*Macmillan Publishers*) und Digital haben nur geringe Schwankungen gegenüber dem Vorjahr verzeichnet. Anders sieht es aus, wenn man die Auswirkungen von Firmenzu- und -verkäufen herausrechnet. Dann ergibt sich für den Gesamtkonzern ein „organisches“ Wachstum von 1,6 Prozent, bei *Wissenschaft und Bildung* plus 2,1 Prozent und bei *Holtzbrinck Digital* plus 14,9 Prozent, während bei den *Buchverlagen* das Ergebnis um 0,9 Prozent unter dem Vorjahr gelegen hat.

„Organisches“
Wachstum um
1,6 Prozent
2014

Wirtschaftszahlen der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck (in Millionen Euro)

	2012	2013	2014	14/13 (%)
Umsatz	1.880,2	1.719,2	1.727,1	+ 0,5
- <i>Macmillan Publishers</i>	686,1	736,6	735,6	- 0,1
- <i>Macm. Science & Education</i>	895,8	891,4	907,2	+ 1,8
- <i>Holtzbrinck Digital</i>	134,6	149,0	146,8	- 1,5
- <i>Sonstige Unternehmen</i>	.	12,0	13,5	+ 12,5
- <i>Konsolidierung/Innenumsatz</i>	- 71,2	- 69,7	- 76,0	-
Umsatz nach Ländern				
- <i>Deutschland</i>	471,6	356,4	346,6	- 2,8
- <i>Großbritannien</i>	137,0	133,9	140,6	+ 5,0
- <i>übriges Europa</i>	246,3	196,3	201,1	+ 2,5
- <i>Nordamerika</i>	662,1	682,8	682,1	- 0,1
- <i>Übrige Regionen</i>	363,2	349,9	356,7	+ 1,9
Operat. EBITDA, bereinigt	205,5	180,8	172,1	- 4,8
Konzernergebnis	129,2	73,4	78,3	+ 6,7
Nettoverschuldung	111,1	30,3	54,3	+ 79,2
Beschäftigte	10.152	8.583	8.554	- 0,3
- darunter Inland	2.522	1.618	1.601	- 1,1

Quelle: *Bundesanzeiger*, 3. 11. 2015, und frühere

Das bereinigte EBITDA ist 2014 um 4,8 Prozent auf 172,1 Millionen Euro geschrumpft, während der Nettogewinn um 6,7 Prozent auf 78,3 Millionen Euro gestiegen ist. Das Deutschlandgeschäft spielt seit dem Verkauf der einst zahlreichen Zeitungen nur noch eine untergeordnete Rolle (20 Prozent Umsatzanteil). Allein in den USA wird fast doppelt so viel umgesetzt. Der Anteil der inländischen an der Konzernbelegschaft beträgt 18,7 Prozent.

Nur 20 Prozent
des Umsatzes
werden in
Deutschland
erwirtschaftet.

Beim Digitalgeschäft hatte das *Holtzbrinck*-Management zeitweise das Konzept verfolgt, jede Art von Unternehmen zu unterstützen, wenn das Engagement erfolgversprechend aussah. Dabei musste es gar nicht in erster Linie um den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens gehen, sondern um den Wiederverkaufswert der Anteile. Dadurch kam eine Vielzahl von medienfernen Portalen, Marktplätzen und Vermittlungsbörsen ins Portfolio. Auch 2015 hatte der Konzern 13 derartige Beteiligungen gekauft und drei verkauft. Den Ausstieg aus dem Zeitungsmarkt hatte Stefan von Holtzbrinck ausdrücklich damit begründet, dass er Geld für Investitionen im Internetgeschäft brauche.

Diese Strategie war aber nur mäßig erfolgreich. Zwei große Flops dürften die Begeisterung gedämpft haben: Das Nachrichtenportal „Zoomer“ musste 2009 nach nur einem Jahr Betrieb und hohen Verlusten wieder eingestellt werden. Noch bitterer war der Fall „StudiVZ“, ein Sozialnetzwerk, das Holtzbrinck 2007 gekauft hatte und 2012 wieder veramschen musste. Hierbei sind mindestens 100 Millionen Euro verbrannt worden.

Seit einigen Jahren ist deshalb zu beobachten, dass *Holtzbrinck* sich wieder stärker auf Digitalprojekte konzentriert, die näher an den übrigen Geschäftsfeldern liegen: Ratgeber, Gesundheit und Bildung. Zu diesem Strategiewechsel passt es, dass im Januar 2015 „DaWanda“, ein Marktplatz für Selbstgebasteltes, und im April 2015 das Kuppelportal „Parship“ verkauft worden sind – in beiden Fällen an Finanzinvestoren. „Parship“ war ein konzerneigenes Gewächs (2001 gestartet) und sehr erfolgreich. Die Kaufpreise wurden nicht genannt, dürften aber jeweils hoch gewesen sein. Die Übernahmen und Beteiligungen im Lauf des Jahres passen ins Bild. Hier eine Auswahl:

- Im Februar 2015 wurden Anteile an der Online-Lernplattform *Lecturio* erworben. *Holtzbrinck* ist dort „Lead-Investor“ geworden.
- Im Juli 2015 wurden 18 Prozent am Hamburger Serviceportal *pfllege.de* gekauft.
- Weniger ins Bild passt das Investment bei *Thermondo* vom April 2015. Dieses Unternehmen vertreibt übers Internet Heizungen samt anschließender Installation.
- Ganz klassisch war ein Deal vom Juli 2015: Die *Holtzbrinck-Gruppe* hat den Fachverlag *J. B. Metzler* an die neu geschaffene Verlagsgruppe *Springer Nature*, an der sie 54 Prozent hält (siehe oben), verkauft.
- Im November 2015 hat sich *Holtzbrinck Ventures* an *Caremondo*, einem Vermittler von Klinikaufenthalten, beteiligt.
- *Holtzbrinck Ventures* hatte auch im Dezember 2015 noch Geld übrig und konnte sich an *Cookies Labs*, dem Betreiber einer App für Geldüberweisungen, beteiligen.

Konzentration des Onlinegeschäfts auf die Themen Ratgeber, Gesundheit und Bildung

Übernahmen und Beteiligungen 2015

Funke-Mediengruppe GmbH & Co. KGaA

Die Essener *Funke-Gruppe* (früher *WAZ-Gruppe*) hat nach Jahren dramatischen Rückgangs im Jahr 2014 wieder einen Umsatzzuwachs melden können. Der war allerdings nicht durch bessere Geschäfte in den angestammten Bereichen erzielt worden, sondern durch die Übernahme von zahlreichen Zeitungen, Anzeigenblättern und Publikumszeitschriften vom *Axel-Springer-Konzern* 2013 (QB 3/13-2, S. 10 ff.). Für das Geschäftsjahr 2014 ist ein Konzernumsatz gemeldet worden, der auf dem Niveau von 2010 lag.

Bei Funke ist 2014 der Deal mit Axel Springer wirksam geworden.

Der Ab- und Wiederaufstieg 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	929	6.171
2014	1.183	6.286

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

Nach dem Vollzug des Geschäfts mit *Axel Springer* verlegt die *Funke-Gruppe* zwölf Tageszeitungen und „diverse“ Wochenzeitungen in Berlin, Braunschweig, Hamburg, NRW und Thüringen, außerdem rund 140 Anzeigenblätter. Die jahresdurchschnittliche Gesamtauflage aller Zeitungen 2014 betrug 1,5 Millionen Exemplare, von den Anzeigenblättern werden wöchentlich 12,1 Millionen Exemplare verteilt. An zehn Hörfunk-Betriebsgesellschaften hält der Konzern die Mehrheit, an vier eine Minderheit. Dies alles zusammen bildet die Sparte „Zeitungen“, die 59 Prozent des Konzernumsatzes umfasst.

Funke ist ein reiner Printkonzern. 59 Prozent des Umsatzes stammt von der Sparte Zeitungen

Die Sparte „Zeitschriften“ besteht aus etwa 140 Publikums- und Fachmagazinen. Deren Umsatz ist durch die Übernahme von *Springer*-Titeln um fast zwei Drittel gewachsen und trägt 27,5 Prozent zum Konzernumsatz bei. Im Jahresdurchschnitt 2014 wurden 6,7 Millionen Programmzeitschriften und 3,5 Millionen Frauenzeitschriften verkauft; hinzu kamen zahlreiche Titel in anderen Segmenten.

Das Druckereigeschäft ist um knapp zehn Prozent geschrumpft und stellte 2014 nur noch vier Prozent des Gesamtumsatzes (2012: 6,3 Prozent). Bei den „Elektronischen Medien“ hat es einen kräftigen Zuwachs gegeben. Die Sparte bleibt aber größtenteils unbedeutend, obwohl 2014 in Berlin ein „Digitales Entwicklungs- und Servicezentrum“ aufgebaut wurde. Die *Funke-Gruppe* ist ein fast lupenreiner Printmedienkonzern.

Wirtschaftszahlen der Funke Mediengruppe (in Millionen Euro)

	2012	2013	2014	14/13 (%)
Umsatz gesamt	997,9	929,0	1.183,0	+ 27,3
Umsatz nach Geschäftsbereichen				
<i>Tageszeitungen</i>	515	479	575	+ 20,0
<i>Anzeigenblätter</i>	131	125	145	+ 16,0
<i>Zeitschriften</i>	205	199	325	+ 63,3
<i>Druckerei</i>	63	52	47	- 9,6
<i>Elektronische Medien</i>	26	26	32	+ 23,1
<i>Sonstige</i>	58	49	60	+ 22,5
Umsatz nach Ländern				
<i>Deutschland</i>	951	887	1.147	+ 29,3
<i>Ungarn</i>	40	39	36	- 7,7
<i>Russland</i>	4	3	-	-
<i>Albanien</i>	2	-	-	-
EBITA	106,5	106,6	.	-
EBITDA	.	130,5	164,6	+ 26,1
Konzernergebnis	27,4	- 20,6	15,4	-
Beschäftigte	7.009	6.171	6.369	+ 3,2

Quelle: *Bundesanzeiger*, 3. 11. 2015, und frühere

Unter „Sonstiges“ ist neben diversen Dienstleistungsgesellschaften das verbliebene Auslandsgeschäft untergebracht. Als eigenständiges Investitionsland wird nur noch Ungarn genannt. Darin widerspiegelt sich ein in diesem Umfang beispielloses Auf und Ab in einer Region, die nach dem Zusammenbruch der kommunistischen Regimes und erst recht nach dem EU-Beitritt der meisten Länder als Goldgrube galt und sich dann als Investitionsgrab erwies. Der Rückzug wirkt geradezu panisch.

Noch 2005 besaß die damalige *WAZ-Gruppe* ganz oder mehrheitlich in Ungarn fünf Zeitungen und einen Zeitschriftenverlag, in Bulgarien drei Tages- und drei Wochenzeitungen sowie einen Zeitschriftenverlag, in Rumänien drei Tageszeitungen, in Mazedo-

nien vier Tageszeitungen, in Serbien eine Tageszeitung und in Albanien einen Fernsehsender. 50-Prozent-Beteiligungen gab es in Kroatien an einer Tageszeitung und elf Zeitschriften, in Serbien an drei Zeitungen und 14 Zeitschriften sowie in Rumänien und Montenegro an jeweils einer Tageszeitung. Minderheitsbeteiligungen bestanden an einer Zeitung in Kroatien und am Verlag *Lambrakis Press* in Griechenland. Zwei Jahre später hatte der Konzern noch die russische Regionalzeitung „Sloboda“ dazu gekauft. Sie sollte der „Startpunkt für weitere Engagements“ werden.

Das Auslandsgeschäft, speziell in Ost-/Südosteuropa, ist fast komplett aufgegeben worden.

Daraus wurde nichts: Im August 2010 gab der damalige Geschäftsführer Bodo Hombach bekannt, dass man sich aus Serbien und Rumänien zurückziehen werde und nach Käufern suche. Die anderen Balkanländer und auch Russland folgten wenig später. Ende 2014 war im Portfolio der *Funke-Gruppe* nur mehr Ungarn als Standort geblieben; dort werden fünf Tages- und vier Sonntagszeitungen sowie zehn Anzeigenblätter und etliche Zeitschriften herausgebracht. Angesichts des feindseligen Kurses der Orbán-Regierung gegenüber ausländischen Medieneigentümern dürfte auch dieses Engagement bald zu Ende gehen.

Als Gründe für den verlustträchtigen Ausstieg aus dem Balkangeschäft werden einerseits stark rückläufige Werbeerlöse und Auflagen seit der Wirtschafts- und Finanzkrise 2008 genannt. Eine wichtige Rolle speziell in den Ex-Jugoslawien-Staaten spielte offenbar auch der Widerstand einheimischer Oligarchen und das Wirken fragwürdiger Mittelsmänner, auf die sich der Essener Konzern eingelassen hatte.

Zu *Funkes* Auslandsportfolio gehört noch das Engagement in Österreich. Dort zählt der Konzern zu den größten Medienunternehmen des Landes. Er besitzt einen Verlag für Anzeigenblätter, hält 50 Prozent am Krawallblatt „Kronen-Zeitung“ und 49,4 Prozent an der Tageszeitung „Kurier“, außerdem 25,3 Prozent des Zeitschriftenverlags *News* (15 Titel). Allerdings wird das Engagement bei der „Kronen-Zeitung“ seit 2001 von erbitterten und bössartigen Auseinandersetzungen mit dem anderen Eigentümer Hans Dichand bzw. dessen Sohn Christoph gekennzeichnet. Wegen der Pattsituation bei den Anteilen ist hier keine Lösung in Sicht.

Auch das Engagement in Österreich ist problembehaftet.

Rückzug heißt auch die *Funke-Devise* im Ruhrgebiet. Dieser Markt war die Keimzelle des späteren Konzerns. Mit seinen Titeln „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“ (WAZ), „Westfälische Rundschau“ (WR), „Neue Ruhr/Rhein Zeitung“ (NRZ) und „Westfalencorrespondenz“ (WP) beherrschte er große Teile der Region. Im Zuge des wirtschaftlichen Niedergangs der Schwerindustrie waren dann aber die Auflagen- und Werbeverluste für die Blätter des Konzerns, der damals *WAZ-Gruppe* hieß, noch größer als für die deutschen Zeitungen insgesamt.

Schrumpfkurs bei den Zeitungen im Ruhrgebiet

Die Reaktionen der Konzernführung waren vorhersehbar: 2009 wurde ein Drittel aller Redakteurinnen und Redakteure bei den vier Ruhrgebietszeitungen – rund 300 Personen – entlassen und ein „Content Desk“ in Essen eingerichtet, das seither die zentralen Nachrichten liefert. Als das noch nicht reichte, wurde 2012 die WR zur Zeitung ohne Redaktion gemacht: Sämtliche Beschäftigten wurden entlassen, das Blatt wird seither mit Material aus Essen und von Konkurrenzverlagen gefüllt.

Im November 2015 wurde nun der Rückzug aus zwei mittelgroßen Städten, Lünen und Schwerte, bekannt gegeben. Dort sind bislang Lokalausgaben der WAZ und der WR erschienen. Den Lesern wurden als Alternative die WAZ- bzw. WR-Ausgaben im benachbarten Dortmund angeboten. In Lünen und Schwerte bringt aber auch der *Verlag Lensing-Wolff* Lokalausgaben seiner „Ruhr-Nachrichten“ heraus. Sie haben sich in der Vergangenheit allerdings nicht von den WAZ-/WR-Lokalausgaben unterschieden, denn deren Seiten waren von den RN dorthin zugeliefert worden. Einen Verlust an Zeitungs-

vielfalt bedeut der Schritt der *Funke-Gruppe* folglich nicht. Auch entlassen wird niemand, weil es ohnehin keine Lokalredaktionen mehr gegeben hat.

Ende Dezember 2015 hat die Funke-Gruppe bekannt gegeben, dass sie zum 1. April 2016 die Lokalzeitung „Kevelaerer Blatt“ am Niederrhein verkauft hat.

Andere Medienunternehmen

Verlagsgruppe Madsack GmbH & Co. KG

Der Hannoveraner Konzern hat fürs Geschäftsjahr 2014 einen Verlust von 1,1 Millionen Euro ausgewiesen. Im Jahr zuvor waren es noch 28,5 Millionen Euro minus gewesen, für 2015 wird wieder mit einem Gewinn gerechnet. Mit 4.420 Beschäftigten ist 2014 ein Umsatz von 669,5 Millionen Euro erzielt worden. *Madsack* gibt 15 regionale Tageszeitungen mit einer Gesamtauflage von rund 920.000 Stück heraus, außerdem 32 Anzeigenblätter mit 4,9 Millionen gedruckten Exemplaren. Für die zwölf Onlineportale gibt der Konzern eine Nettoreichweite von 2,5 Millionen Nutzern pro Monat an. Zu den wichtigsten Presseerzeugnissen zählen die „Hannoversche Allgemeine Zeitung“, die „Leipziger Volkszeitung“, die „Lübecker Nachrichten“, die „Ostsee-Zeitung“ Rostock und die „Märkische Allgemeine Zeitung“ Potsdam.

Madsack: kleiner Verlust 2014, Gewinn 2015

Die deutliche Verringerung des Verlusts gelang unter anderem durch den Rückzug aus dem Zeitungsmarkt in Hessen, der 15 Millionen Euro in die Kassen gespült hat. Derzeit läuft ein Einsparprogramm: Bis 2018 sollen die Kosten um 44 Millionen Euro verringert werden. Der Weg dahin führt – wie könnte es anders sein – über Personalabbau. Besonders in Lübeck und Rostock wird kräftig geholt (siehe Teil 1 dieses Berichts, S. 7). In Hannover wird die Druckerei geschlossen.

Rückzug aus Hessen

Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH

Die Medienholding der SPD ist mit 23,1 Prozent ein einflussreicher Gesellschafter bei der *Verlagsgruppe Madsack* (siehe oben). Außerdem hält sie unter anderem 47,5 Prozent am *Druckhaus Bayreuth* („Nordbayerischer Kurier“) und 40 Prozent am *Dresdner Druck- und Verlagshaus* („Sächsische Zeitung“). Kürzlich hat sie die „Neue Westfälische“ in Bielefeld komplett übernommen. Die *DDVG* zählt zu den großen Zeitungskonzernen in Deutschland, hat aber auch zahlreiche andere Medienbeteiligungen im Gepäck (z. B. 66,2 Prozent des „Öko Test Magazins“).

Die DDVG zählt zu den großen deutschen Zeitungskonzernen.

Der Konzern hat das Geschäftsjahr 2014 mit einem Nettogewinn von 6,4 Millionen Euro (Vorjahr: 7,3 Millionen) abgeschlossen, das EBITDA ist von 5,2 auf 9,4 Millionen Euro gestiegen. Aus den Medienbeteiligungen (vorwiegend Zeitungen) sind dem Konzern 13,5 Millionen Euro (Vorjahr 9,0 Millionen) zugeflossen. Zum Jahresumsatz hat das Unternehmen erstaunlicherweise keine Angaben veröffentlicht.

2014: mehr EBITDA, weniger Nettogewinn

Spiegel Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG

Die schon im Frühjahr 2015 angekündigten Sparmaßnahmen (QB 2/15-2, S. 11) sind Anfang Dezember offiziell verkündet worden: Von derzeit 727 Stellen sollen bis 2018 rund 150 gestrichen werden, davon 35 in der Redaktion (von derzeit 294). Das gesamte „Restrukturierungsprogramm“ umfasst rund hundert Einzelmaßnahmen und soll mehr als 16 Millionen Euro einbringen. Betriebsbedingte Kündigungen werden nicht ausgeschlossen, aber frühestens nach dem Mai 2016.

Die „Spiegel-Agenda 2018“ bedeutet Personalabbau und neue Projekte

Neue Impulse sollen von elf Wachstumsprojekten kommen, etwa einem NRW-Regionalteil, einer perfektionierten „Spiegel“-App und einem täglichen Online-Nachmittagsmagazin („Spiegel Daily“). Das Portal „Spiegel Online“ wird seine Inhalte teilweise kostenpflichtig anbieten.

Der Beschluss zum „Spiegel-Agenda 2018“ genannten Sparprogramm ist nicht von allen Gesellschaftern mitgetragen worden. Vermutlich haben sich die Augstein-Erben (Anteil 24 Prozent) dagegen gestellt (eine offizielle Bestätigung gibt es nicht). Die *Mitarbeiter KG* (50,5 Prozent) sowie *Gruner+Jahr* (25,5 Prozent) haben die Maßnahmen befürwortet.

Kontakt:

Cornelia 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