

Sky meldet Gewinn(chen)

Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft Juli bis September 2016 Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

21. Oktober 2016

Bertelsmann SE & Co. KGaA

Das „Medien-, Dienstleistungs- und Bildungsunternehmen“ (Selbstbezeichnung) aus Gütersloh hat das erste Halbjahr 2016 beim Umsatz mit einem Minus von 0,9 Prozent abgeschlossen. Als wichtigste Gründe werden die Erlösrückgänge bei der Buchsparte und der „andauernde Umbau“ bei *Gruner+Jahr* genannt. Beim Profit allerdings strahlte das Glück: Der bereinigte Gewinn vor Zinsen und Steuern (Ebit) kletterte um 20,2 Prozent nach oben, der Nettogewinn sogar um 21,9 Prozent. In den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres sind unterm Strich 482 Millionen Euro übrig geblieben. Die sprudelnden Geldquellen speisten sich einmal mehr aus der Sender- und Unterhaltungstochter *RTL Group* (besonders in Deutschland), dem Dienstleister *Arvato* und erstaunlicherweise der Drucksparte.

Erstes Halbjahr 2016: Umsatz minus 0,9 Prozent, Nettogewinn plus 21,9 Prozent

Der Halbjahresabschluss 2016 ist der erste, in dem sich die neue Konzernstruktur niederschlägt die zum Jahresbeginn 2016 eingeführt worden ist. Aus fünf sind acht Geschäftsbereiche geworden. *Arvato* wurde gestutzt (u. a. um die „Medienfabrik“), neu entstanden sind die Musiksparte *BMG* sowie die *Printing-* und die *Education Group*. Dadurch sind die Geschäftszahlen der Bereiche teilweise nicht mit denen aus der Zeit vor 2015 vergleichbar.

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

	2014	2015	2016	2016/15 +/- %
Außenumsatz	7.846	8.040	7.966	- 0,9
- RTL-Gruppe (Fernsehen)	2.687	2.786	2.874	+ 3,2
- Arvato (Technik, Dienstleistungen)	2.230	1.830	1.895	+ 3,6
- Penguin Random House (Bücher)	1.461	1.697	1.515	- 10,7
- Gruner+Jahr (Presse)	908	774	766	- 1,0
- Printing Group (Druck)	482	705	677	- 5,3
- BMG (Musik)	-	172	181	+ 5,2
- Education Group	-	50	64	+ 28,0
- Investments ²⁾	-	-	-	-
- Corporate Center/Konsolidierung	- 176	- 101	- 120	-
EBITDA (operational)	1.018	1.063	1.111	+ 4,5
- RTL-Gruppe (Fernsehen)	612	625	676	+ 8,2
- Arvato (Technik, Dienstleistungen)	162	142	180	+ 26,8
- Penguin Random House (Bücher)	159	207	185	- 10,6
- Gruner+Jahr (Presse)	77	56	52	- 7,1
- Printing Group (Druck)	25	40	47	+ 17,5
- BMG (Musik)	-	30	32	-
- Education Group	-	- 3	- 13	-
- Investments ²⁾	-	2	1	- 50,0
- Corporate Center/Konsolidierung	- 36	- 36	- 49	-
EBIT (um Sondereinflüsse bereinigt)	557	670	805	+ 20,2
Konzerngewinn	257	398	482	+ 21,9
Investitionen	469	515	605	+ 17,5
Nettofinanzschulden	1.2689	2.765	2.954	+ 6,8
Beschäftigte	112.037	119.019	114.710	- 3,6

¹⁾ Durch die Neustrukturierung des Konzerns sind bei den Bereichen Arvato und Druck die 2014er Zahlen nicht mit den nachfolgenden vergleichbar.

²⁾ Die Geschäftsentwicklung von Bertelsmann Investments wird im Wesentlichen auf der Basis des EBIT ermittelt. Dieses betrug im 1. Hj. 42 Mio. Euro (2015: minus 7 Mio. Euro).

Quelle: Pressemitteilung der Bertelsmann SE & Co. KG a. A., 31. 8. 2016; Halbjahresfinanzbericht 2016, S. 10 f., 21 f.

Der Vorstandsvorsitzende Thomas Rabe will das Bildungsgeschäft langfristig zum dritten großen Standbein des Konzerns (neben Fernsehen und Büchern) ausbauen. Gemeint ist das so genannte E-Learning, d. h. Internetplattformen für Bildungsangebote. Man glaubt, hier einen Markt gefunden zu haben, der von den großen US-Digitalkonzernen noch nicht besetzt ist. Entsprechend umtriebiger gebärdet sich *Bertelsmann* und hat in jüngster Zeit mehrere große Anbieter aus den USA gekauft. Auch in Brasilien soll fleißig in Bildungsplattformen investiert werden. Dazu wurde ein Investitionsfonds *Bertelsmann Brazil Investments* aufgelegt. Der war im dritten Quartal 2016 auch schon aktiv, wie die Bilanz der Übernahmen und Beteiligungen zeigt:

Große Hoffnungen beim Bildungsgeschäft

- *Bertelsmann Brazil Investments* hat sich über den Fond *Bozano Educacional II* an *Medcel*, einen brasilianischen Anbieter für Online-Bildungskurse im Gesundheitswesen, beteiligt.
- In derselben Kombination hat sich *Bertelsmann* an der brasilianischen medizinischen Hochschulgruppe *NRE Educacion Group* beteiligt.

Übernahmen und Beteiligungen

- *Bertelsmann Asia Investments* hat sich am indischen Hotel-Vermittlungsportal *Treebo* beteiligt.
- Auch der indische Möbelmarktplatz *Pepperfry.com* hat Geld von *Bertelsmann Asia Investments* bekommen.
- *Bertelsmann Asia Investments* hat sich des weiteren an dem indonesischen Nachrichten-Aggregator *Baca* beteiligt.
- *Bertelsmann* hat sich an *FloSports* beteiligt, einem Videoanbieter, der Sportveranstaltungen live überträgt.
- *Gruner+Jahr* hat über seinen Digitalvermarkter *Ligatus* den Werbeplatzvermittler *Liquid M* gekauft.
- Über den französischen Tochterverlag *Prisma Media* hat *Gruner+Jahr* das Kosmetik-Testportal *Beaute-addict.com* gekauft.
- Die Musiksparte *BMG* hat von *BBC Worldwide* einen Teil von deren Musikkatalog gekauft.
- Der Fernsehsender *RTL II*, an dem *Bertelsmann* mit 35,1 Prozent größter Aktionär ist (neben *Bauer*, *TMG* und *Burda*), hat sich an dem Hamburger Modehändler *About You* beteiligt. Teilhaber ist auch *ProSiebenSat. 1*.
- Die französische Radiokette *RTL Radio* hat sich an *CornerJob*, einer Stellensuche-App, beteiligt.

Übernahmen und Beteiligungen

Für *Tambini*, einen Online-Marktplatz für Kindergeburtstage, hatte *Gruner+Jahr* im Juli 2016 das Aus angekündigt. Das eigenproduzierte Startup habe zu geringe Profite eingefahren, hieß es zur Begründung. Anfang September hat sich überraschend ein Abnehmer gefunden: die Firma *Mank*, ein Spezialist für „Designed Paper Products“. Sie will *Tambini* „mit bestehenden Ressourcen im Endkundengeschäft zusammenführen“.

Anfang Juli 2016 haben *RTL Deutschland* und *Gruner+Jahr* ihre Werbevermarkter zur *Ad Alliance* zusammengelegt. Dadurch haben sie ihre Reichweite bündeln und ihre Schlagkraft erhöhen können. Nach eigenen Angaben können sie 98 Prozent aller Deutschen mit ihren „Botschaften“ erreichen. Bei den Bruttoerlösen kommt die neue Firma auf rund fünf Milliarden Euro, netto soll sie sogar *Google* mit knapp drei Milliarden Euro überholen. Der Vorgang dürfte Überlegungen zu ähnlichen Deals bei anderen Konzernen Schub geben. *Funke*, *Springer*, *Burda* und *Bauer* sprechen seit Monaten über Kooperationen bei Anzeigenbuchung, Disposition, Technik und Abrechnung.

RTL und G+J haben die „Ad Alliance“ geschaffen.

ProSiebenSat.1 Media SE

In der Münchner Konzernzentrale von *ProSiebenSat.1* dürfte die Freude über glänzende Geschäftszahlen einmal mehr groß gewesen sein. Mit einem Halbjahresumsatz 2016 von 1,7 Milliarden Euro hat sich das Unternehmen deutlich als zweitgrößter deutscher Medienkonzern etabliert und *Springer* auf Platz drei verwiesen. Das Umsatzwachstum von 18,3 Prozent spricht für sich.

Erneut ein glänzender Halbjahresabschluss

Ausschlaggebend für die hohe Zuwachsrate waren die Bereiche Digital sowie Produktion und Rechthehandel, mit denen Konzernchef Thomas Ebeling die Abhängigkeit vom heiklen Fernsehwerbebusiness verringern will. Diese Bereiche steuern inzwischen 38 Prozent zum Konzerngeschäft bei. Aber auch beim klassischen Fernsehen hat es einen Zuwachs um 2,9 Prozent gegeben.

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

	2014	2015	2016	2016/15 %
Außenumsatz	1.272	1.427	1.688	+ 18,3
- Fernsehen	960	1.005	1.034	+ 2,9
- Digital und Angrenzendes ¹⁾	255	322	504	+ 56,5
- Produktion und Rechthehandel	57	100	140	+ 40,0
Betriebsergebnis (EBITDA)	345	371	420	+ 13,2
Bereinigtes EBITDA ²⁾	359	390	424	+ 8,7
- Fernsehen	308	323	332	+ 2,8
- Digital und Angrenzendes	55	64	78	+ 21,9
- Produktion und Rechthehandel	- 1	5	16	>100
Netto-Ergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	133	180	160	- 11,1
Investitionen ins Programm	469	511	519	+ 1,6
Nettofinanzschulden	1.824	1.782	2.005	+ 12,5
Beschäftigte (30. 6.)	4.174	4.578	5.985	+ 30,7

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

Quelle: Pressemitteilung und Halbjahresbericht der ProSiebenSat.1 Media SE vom 4. 8. 2016

Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Ebitda) hat um 13,2 Prozent, bereinigt immer noch um 8,7 Prozent zugenommen. Hier kommen 23 Prozent von den Bereichen jenseits des Fernsehens. Beim Nettoprofit hat es allerdings einen Rückgang um 11,1 Prozent gegeben. Deutlich gewachsen sind die Finanzschulden.

Ebitda plus 13,2 Prozent, Nettogewinn minus 11,1 Prozent

ProSiebenSat.1 hat im September 2016 mit der Übernahme der Mehrheit (50,1 Prozent) beim Online-Partnervermittler *Parship Elite Group* für Aufsehen gesorgt. Dafür war man bereit, 100 Millionen Euro an den Fonds *Oakley Capital Private Equity II* zu bezahlen. Zusätzlich werden für 100 Millionen Euro Schulden übernommen und in Vorzugsaktien umgewandelt. Der Finanzinvestor hatte die Kuppelplattform *Parship* erst im April 2015 von *Holtzbrinck* gekauft. Der Konkurrent *Elite Partner* hatte bis Juni 2015 zu *Tomorrow Focus*, einer *Burda*-Tochter, gehört und ging dann für 23 Millionen Euro an *Oakley*. Der Investor hat beide in einer Holding zusammengeschlossen und nun wieder verkauft – offenbar mit enormem Profit.

P7S1 hat die Mehrheit der Parship Elite Group gekauft.

P7S1 will den Bekanntheitsgrad seiner Neuanschaffung mit Werbung auf den hauseigenen Fernsehsendern erhöhen. Außerdem sollen Zusatzgeschäfte aus verwandten Geschäftsbereichen generiert werden, etwa dem Modeportal *Stylight* und der Geschenke-

plattform *Mydays*. Der Münchner Konzern hatte in vergangenen Jahr schon zwei Großinvestitionen bei Onlineportalen getätigt: dem Vergleichsportal *Verivox* und dem Flugreiseportal *Etraveli*. Weitere Erwerbungen im dritten Quartal 2016 waren:

- Der Produktionskonzern *Red Arrow Entertainment Group* hat das Unternehmen *Band of Outsiders*, einen Fernseh- und Filmproduzenten, gekauft und damit seine Position auf den US-Produktionsmarkt gestärkt.
- Der deutsche Gesundheitsanbieter *WindStar Media Group* ging mehrheitlich an *P7S1*. Die Erwerbung ergänzt den Investitionsschwerpunkt für TV-affine Lifestyle-Commerce-Produkte und -Märkte. Dazu gehören mehr als zehn Online-Fitness-Programme und Fitnett-Ernährungsberater (*Gymondo, Kiweno, Vitafy u. a.*).
- Beim Hamburger Modehändler *About You* ist *P7S1*, zusammen mit *RTL II* und anderen, Teilhaber geworden.

Übernahmen und Beteiligungen

Nach der Übernahme von *Parship Elite* will das *ProSiebenSat.1*-Management die Geschäftsprognose für das laufende Jahr anheben. Genaueres hierzu wurde allerdings noch nicht mitgeteilt.

Axel Springer SE

Während *ProSiebenSat.1* die Umsatzprognose für 2016 anheben will, musste *Springer* die seine nach unten setzen. Man rechnet in Berlin nicht mehr damit, dass steigende Werbeerlöse die sinkenden Vertriebsinnahmen der verbliebenen Zeitungen und Zeitschriften übertreffen werden. Als Grund werden „Währungseffekte“ genannt. Man geht für das Gesamtjahr 2016 nun von einem gleich bleibenden Umsatz aus. Die Werbeerlöse würden laut Vorstandschef Mathias Döpfner „im mittleren bis höheren einstelligen Prozentbereich“ steigen – getrieben von der Digitalwerbung. Das Ertragsziel wird nicht gesenkt.

Die eingetrübte Prognose schlägt sich schon in den Halbjahreszahlen nieder. Der Umsatz hat nur um 0,5 Prozent auf 1,6 Milliarden Euro zugenommen. Das resultierte teilweise aus Sondereffekten wie der Ausgliederung der Aktivitäten in der Schweiz; diese wurden in eine Gemeinschaftsholding mit dem Züricher *Ringier-Verlag* eingebracht und verschwanden somit aus der Bilanz. Korrigiert um solche Effekte hat der Umsatz um 5,3 Prozent zugenommen. Das bereinigte Ebitda ist um 2,3 Prozent gestiegen. Der Nettoprofit (Überschuss) hat sich auf 273 Millionen Euro mehr als verdoppelt. Auch hier gab es starke Sondereffekte, denn bereinigt waren es „nur“ 146 Millionen Euro – ein Plus von 7,1 Prozent.

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

	2014	2015	2016	2016/15 %
Umsatz	1.436,8	1.577,3	1.585,3	+ 0,5
- Bezahlangebote	760,2	751,3	709,0	- 5,6
- Rubrikenangebote	226,6	355,3	424,7	+ 19,5
- Vermarktungsangebote	370,8	428,1	414,1	- 3,3
- Services/Holding	79,1	42,5	37,5	- 11,8
- „Digitale Aktivitäten“	848,4	971,6	1.057,4	+ 8,8
- Werbung	855,3	985,9	1.062,4	+ 7,8
- Vertrieb	364,7	351,1	313,2	- 10,8
- Ausland	609,7	753,9	758,9	+ 0,4
Betriebsergebnis (EBITDA)	266,1	266,7	272,9	+ 2,3
- Bezahlangebote	132,7	101,3	83,0	- 18,1
- Rubrikenangebote	101,0	146,5	171,4	+ 17,0
- Vermarktungsangebote	55,3	48,0	46,5	- 3,1
- Services/Holding	- 22,9	- 29,1	- 28,0	-
Überschuss	141,6	111,0	273,2	> 100
Überschuss bereinigt	138,2	136,5	146,2	+ 7,1
Beschäftigte (Durchschnitt)	13.295	14.781	14.986	+ 1,4

Quelle: Pressemitteilung der Axel Springer SE, 3. 8. 2016; Halbjahresbericht 2016, S. 5

Die Ausgliederung des Schweizer Geschäfts schlägt sich beim Umsatz der „Bezahlangebote“ nieder. Hierzu gehören u. a. die Marken „Bild“ und „Welt“. Die dortigen Erlöse sind um 5,6 Prozent zurückgegangen. Auch bei der Werbesparte „Vermarktungsangebote“ ist der Umsatz durch Verkäufe (*Talpa, Smart Adviser, Smarthouse*) nach unten gedrückt worden. Wieviel Umsatz es jeweils ohne diese Effekte gewesen wäre, wird nicht mitgeteilt. Um fast 20 Prozent zugelegt haben hingegen die „Rubrikenangebote“. Dort sind die zahlreichen medienfernen Onlineplattformen versammelt, zu denen sich zusehends der Schwerpunkt des Geschäfts verlagert. Im ersten Halbjahr 2016 kamen 27 Prozent der Erlöse und 63 Prozent des Ebitda von dort. Die Neuerwerbungen im dritten Quartal 2016 gehören zu diesem Geschäftsfeld:

- *Springer* hat sich im Rahmen einer Finanzierungsrunde an *Cringle*, einer „App für finanzielle Transaktionen unter Freunden“, beteiligt.
- *Springers* Preisvergleichs-Tochterfirma *Idealo* hat sich an einer Finanzierungsrunde beim Berliner Einkaufsclub *Crowdfax* beteiligt. Erworben wurden zwar nur 0,6 Prozent Anteile, aber *Springer* hat den Fuß in der Tür.
- *Springer* hat 39 Prozent der französischen *Car&Boat Media*, Betreiberin des Autorubrikenportals *La Centrale*, gekauft und die Firma damit vollständig übernommen.

Das Geschäft mit gedruckten Medien sei strukturell rückläufig, bestätigte Mathias Döpfer. Er bezifferte das dortige Umsatzminus im ersten Halbjahr 2016 mit acht Prozent. Trotzdem hat der Konzern im August 2016 zwei neue Produkte auf den Markt gebracht: eine tägliche „Fußball Bild“ (einstweilen in Stuttgart und München) und die Monatszeitschrift „Test Bild“. Beide entwickelten sich positiv, heißt es. Für das kommende Jahr ist außerdem eine Neuauflage der Frauenzeitschrift „Die Dame“ aus den Zwanziger-/Dreißigerjahren des vorigen Jahrhunderts geplant.

Der Zuwachs beim Profit im ersten Halbjahr 2016 ist für das Management kein Grund, nicht bei den Gehältern zu sparen. Selbstverständlich sind damit nicht die eigenen gemeint; die Vorstandsbezüge sind 2015 um 6,2 Prozent gestiegen und werden auch im

Die Ausgliederung des Schweizer Geschäfts schlägt sich in Springers Geschäftszahlen nieder.

Übernahmen und Beteiligungen

Springer probiert neue Printformate aus.

laufenden Jahr wachsen. Aber bei den Redakteuren werden die Tariferhöhungen 2016 und 2017 mit der außertariflichen Zulage verrechnet, das heißt sie werden gestrichen. Der Vorstand habe sich „diese Entscheidung nicht leichtgemacht“, hieß es.

Den Redakteuren werden die Tarifierhöhungen gestrichen.

Springer wagt einen Ausflug in neue Gefilde. Die Digitaltochter *Vertical Media*, die u. a. das Onlinemagazin „Gruenderszene.de“ herausgibt, will mehrere digitale Branchenmagazine starten. Als erstes wird „NGIN Food“ an den Start gehen. Zielgruppe sind Entscheider aus Lebensmittelhandel und -industrie. Das Onlinemagazin wird der „Lebensmittelzeitung“ aus dem *Deutschen Fachverlag* Konkurrenz machen.

Ausflug auf den Markt für Fachmedien

Im Oktober 2016 hat der südkoreanische *Samsung*-Konzern mit seinem Smartphone-Flaggschiff „Galaxy Note 7“ ein Desaster erlebt: Das Modell musste nach schweren Sicherheitsmängeln vom Markt genommen, die Produktion eingestellt werden. Der Schaden wird gewaltig sein. Das betrifft indirekt auch den *Springer*-Konzern, denn der hat mit dem Weltmarktführer aus Seoul einen Nachrichtenaggregator namens „Upday“ entwickelt, der auf diesen Geräten fest installiert war. Bis Ende 2016 sollten weltweit zehn Millionen „Note 7“ verkauft werden. *Springer* wollte mit „Upday“ *Facebooks* „Instant Articles“ und „Apple News“ Paroli bieten und Mathias Döpfners Ziel, „der führende digitale Verlag“ zu werden, einen entscheidenden Schritt näher kommen. Wie es nun weitergeht, ist unklar.

Samsungs Desaster beim Smartphone „Note 7“ betrifft indirekt auch Springer.

Heinrich Bauer Verlag KG

Das Management des Hamburger *Bauer-Konzerns* hat im September 2016 Zahlen zum Geschäftsverlauf 2015 veröffentlicht. Der Umsatz ist demnach um 2,3 Prozent gestiegen und hat fast wieder den Rekordwert von 2013 erreicht. Das war allerdings nur Zukäufen im Radiogeschäft (in Skandinavien und Großbritannien) zu verdanken. Die Anzeigenerlöse sind um 9,2 Prozent eingebrochen, die Vertriebs Erlöse wiesen eine „rote Null“ aus.

Bauer spendiert einige Geschäftszahlen zu 2015.

Wichtigster Umsatzbringer ist weiterhin das Geschäft mit gedruckten Medien, hauptsächlich Publikumszeitschriften. Der Umsatz in diesem Bereich ist moderat, um 2,5 Prozent, auf 1,7 Milliarden Euro gesunken. Die Radioumsätze sind aufgrund von Akquisitionen um mehr als ein Drittel gestiegen, das Digitalgeschäft blieb mit fünf Prozent Umsatzanteil randständig. Mehr als zwei Drittel der Konzern Erlöse werden inzwischen im Ausland erzielt, Tendenz steigend.

73 Prozent des Konzernumsatzes werden mit Printmedien erzielt.

Zum Profit wird selbstverständlich nichts verlautbart. Die Verlegerin Yvonne Bauer ließ immerhin wissen, dass die „Rentabilität bei den Zeitschriften trotz der Rückgänge in den vergangenen Jahren weitgehend“ gehalten werden konnte. Die Gründe müssen nicht lange gesucht werden: Das Management drückt wo nur möglich die Personalkosten. Die Masse der Redakteure wird 20 Prozent unter Tarif bezahlt. Wachsen wolle man künftig hauptsächlich im Radio- und Digitalgeschäft, aber auch das Magazinportfolio wolle man durch Zukäufe gerne noch „abrunden“, ließ die Eigentümerin wissen.

Die Zeitschriften sind profitabel.

Zum Konzern gehören weltweit rund 600 Zeitschriften mit einer Gesamtauflage von 1,3 Milliarden Exemplaren, sowie Beteiligungen an mehr als 50 Radio- und Fernsehsendern. Das verschachtelte Unternehmen ist in 20 Ländern aktiv.

Wirtschaftszahlen der Bauer Media Group (in Millionen Euro)

	2012	2013	2014	2015	15/14 %
Konzernumsatz	2.132	2.322	2.263	2.316	+ 2,3
- Inland	845	825	794	797	+ 0,4
- Ausland	1.348	1.498	1.469	1.519	+ 3,4
- Vertrieb	1.295	1.369	1.295	1.292	- 0,2
- Anzeigen	407	482	437	397	- 9,2
- Print	1.703	1.852	1.732	1.689	- 2,5
- Radio	204	203	231	320	+ 38,5
- Digital	66	81	105	122	+ 16,2
- Sonstige (Druck, Logistik)	159	187	195	185	- 5,1
Beschäftigte (Schätzung)	11.000	11.000	10.800	11.500	+ 6,5

Quelle: Pressemitteilungen der Bauer Media Group, 23. 9. 2016 und 13. 7. 2015

Im Vortext zu einem Interview mit Yvonne Bauer im „Manager Magazin“ (Heft 10/16) beschreiben die Redakteure die Situation des Konzerns so: „Die Gewinne, die die Familie dank strenger Kostenkontrolle aus dem Geschäft holt, sprudelten fast wie ehemals, schwören die Verlagsoberen. Firmenkenner sprechen von fast 20 Prozent Vorsteuerrendite auf dem deutschen Markt. Die Familienkasse ist derart prall mit Eigenkapital gefüllt, dass Yvonne Bauer ihre Einkaufstouren ohne jede Hilfe von Kreditinstituten unternimmt.“ Im dritten Quartal sind folgende Deals gemeldet worden:

- *Bauer* die schwedische *Zmarta Group* von Finanzinvestoren gekauft, ein führendes Finanzdienstleistungsportal in Skandinavien. Der Kaufpreis hat Schätzungen zufolge zwischen 160 und 200 Millionen Euro gelegen.
- *Bauer* hat sich am schwedischen Gesundheitsportal *Lifesum* beteiligt.
- *Bauer Xcel Media* hat 51 Prozent des Preisvergleichs- und Gutscheinportals *Foxydeal* gekauft.

Übernahmen und Beteiligungen

ARD und ZDF

Im vergangenen Jahr sind die Gesamteinnahmen aus Beiträgen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk um 0,5 Prozent auf 8,13 Milliarden Euro zurückgegangen. Der wichtigste Grund dafür war eine Senkung des Monatsbeitrags auf 17,50 Euro, die zum 1. April 2015 wirksam wurde. Von den Einnahmen gingen zwei Milliarden Euro an das ZDF, 218 Millionen Euro an das Deutschlandradio und 153 Millionen Euro an die Landesmedienanstalten. Den Rest von 5,9 Milliarden Euro kassierte die ARD, die davon erfahrungsgemäß mehr als ein Drittel für ihre Hörfunksender verwendet.

Die Beitragseinnahmen von ARD und ZDF sind 2015 gesunken.

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

Jahr	Hörfunk	Fernsehen	Gesamt
1997	2,09	3,52	5,61
2001 ¹⁾	2,47	4,18	6,65
2004	2,57	4,28	6,86
2005 ¹⁾	2,66	4,47	7,12
2007	2,73	4,56	7,30
2009 ¹⁾	2,82	4,76	7,60
2011	2,80	4,71	7,53
2012	2,78	4,68	7,49
2013 ¹⁾	.	.	7,68
2014	.	.	8,17
2015 ²⁾	.	.	8,13

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

²⁾ Beitragssenkung zum 1. 4. 2015

Quelle: ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice, Geschäftsbericht 2015, S. 35; ebenso frühere Geschäftsberichte

Verteilung der Erträge aus Rundfunkbeiträgen 2015 (in Millionen Euro)

Empfänger	Gesamt	darunter
		Landesmedienanstalten
Westdeutscher Rundfunk	1.237,7	32,1
Südwestrundfunk	1.072,9	27,8
Norddeutscher Rundfunk	1.029,0	26,7
Bayerischer Rundfunk	962,9	25,1
Mitteldeutscher Rundfunk	623,7	16,2
Hessischer Rundfunk	442,5	11,5
Rundfunk Berlin-Brandenburg	426,1	11,1
Saarländischer Rundfunk	70,4	1,8
Radio Bremen	46,2	1,2
ARD gesamt	5.911,4	153,4
ZDF	2.001,8	- ¹⁾
Deutschlandradio	218,1	- ¹⁾
Gesamt	8.131,3	153,4

¹⁾ Die Landesmedienanstalten-Anteile für Deutschlandradio und das ZDF sind bei den ARD-Anstalten enthalten und werden von diesen direkt – einschließlich der Anteile Deutschlandradio und ZDF – abgeführt.

Quelle: Beitragsservice a. a. O., S. 35

Für die kommende Beitragsperiode 2017 bis 2020 hatten *ARD* und *ZDF* einen Finanzierungsbedarf von zusammen 38,5 Milliarden Euro angemeldet. Diesen Betrag hat die *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* (KEF) „nach eingehender Prüfung“ um eine Milliarde Euro nach unten gedrückt. Für Ausgleich sollen 277 Millionen Euro aus Werbung und Sponsoring, 618 Millionen Euro aus „Aufwandsreduzierungen“ und 72 Millionen Euro aus der Entnahme von Rücklagen bei den Anstalten sorgen. Außerdem soll eine Rücklage aus Beitragseinnahmen von 1,6 Milliarden Euro, die nach der Verfahrensumstellung gebildet wurde, aufgelöst werden. Im Ergebnis war die KEF im April 2016 zu dem Befund gekommen, dass von 2017 bis 2020 ein Über-

schuss von zusammen 542 Millionen Euro zu erwarten sei. Weshalb sie eine erneute Beitragssenkung auf 17,20 Euro ab 2017 empfahl.

Nach 2020 wäre die Beitragsrücklage jedoch aufgebraucht. Zugleich steigt der Bedarf der Anstalten in Bereichen wie Personal und Produktion, hinzu kommen teure Sportrechte und eine klaffende Pensionslücke. Entweder werden dann ARD und ZDF zu noch rücksichtsloseren Einsparungen gezwungen, oder eine Erhöhung des Rundfunkbeitrags wird unumgänglich.

Sollten die Ministerpräsidenten der Länder den Beitrag wie von der KEF empfohlen jetzt um 30 Cent senken, stünde ab 2021 eine Anhebung auf etwa 19,40 Euro an, wie in der Fachpresse unter Verweis auf KEF-Berechnungen ermittelt wurde. Ob die Länderchefs der Empfehlung auf Beitragsminderung folgen, ist noch nicht sicher. Eine Abweichung ist nur in seltenen Fällen rechtlich zulässig. Doch auch ohne Absenkung in der kommenden Periode könnte der Rundfunkbeitrag 2021 auf über 19 Euro steigen, um die Deckungslücke zu schließen.

Ende September 2016 sind die beiden Digitalkanäle „EinsPlus“ und ZDFkultur“ abgeschaltet worden. Dies war das Ergebnis eines Kompromisses mit der Ministerpräsidentenkonferenz vom Oktober 2014. Im Gegenzug durften die öffentlich-rechtlichen Anstalten am 1. Oktober 2016 ein neues Jugendangebot namens „Funk“ starten – allerdings nicht im klassischen Fernsehen, sondern nur im Internet. Zielgruppe sollen die 14- bis 29-Jährigen sein. Es wird über Plattformen wie *YouTube* (Google), *Facebook* und *Snapchat* verbreitet. Die Redaktion aus zehn fest angestellten und 20 bis 30 „freien“ Mitarbeitern werde in erster Linie Videos, eventuell auch Podcasts (Hörsendungen) produzieren. Text werde es nur „begleitend“ geben, sagte „Funk“-Geschäftsführer Florian Hager.

Mit letzterer Bemerkung sollte vermutlich einer möglichen Klage von Presseverlagen vorgebeugt werden. Diese hatten kurz vorher der *ARD* eine Niederlage vor dem Oberlandesgericht Köln beigebracht. Dort war die Tagesschau-App vom 15. Juni 2011 für unzulässig erklärt worden, weil sie zu „presseähnlich“ gewesen sei. Geklagt hatten mehrere Zeitungsverlage.

Das Urteil betraf zwar nur die damalige Webseite „tagesschau.de“ und die darauf basierende App, es setzt aber Maßstäbe für derzeitige und künftige Internetangebote von *ARD* und *ZDF*. Dabei geht es um die Frage, wie der Auftrag der öffentlich-rechtlichen Anstalten aussehen kann, wenn immer mehr Menschen Radio- und Fernsehsendungen im Internet konsumieren. Frank Werkeke, stv. *ver.di*-Vorsitzender, forderte vor diesem Hintergrund, die Regelungen des Rundfunkstaatsvertrags zu überarbeiten. Texte im Internet dürften nicht per se Hoheitsgebiet der Verlage sein. Man könne in einem Medium wie dem Internet, das sich aus Text, Video und Audio zusammensetze, den Öffentlich-Rechtlichen nicht einfach Textangebote streitig machen.

In der Tat: Die Nachrichtenportale der Zeitungen und Zeitschriften arbeiten zunehmend mit Videos und Podcasts. Der Logik des OLG Köln zufolge werden sie dadurch „rundfunkähnlich“, womit sie dann eigentlich der Kontrolle durch die Landesmedienanstalten unterlägen. Kaum anzunehmen, dass das den Verlagen gefallen würde.

Trotz einer bevorstehenden Finanzierungs-lücke soll der Rundfunkbeitrag weiter gesenkt werden.

„Funk“ – ein neues Jugendangebot im Internet, ist gestartet. Dafür wurden zwei Digitalkanäle abgeschaltet.

Das OLG Köln hat eine Tagesschau-App als zu „presseähnlich“ bezeichnet.

Andere Medienunternehmen

Hubert Burda Media KG

Der Konzern hat im September 2016 durch zwei Schließungen auf sich aufmerksam gemacht. Das US-Unternehmen *Mode Media* (bis 2014 *Glam Media*), an dem *Burda* eine „maßgebliche“ Minderheitsbeteiligung hielt, hat überraschend den Geschäftsbetrieb eingestellt. Die Firma hatte Blogs und Partner-Webseiten zum Thema Mode zusammengefasst und aufbereitet. *Burda* war bis 2009 mit 49 Prozent am deutschen Ableger beteiligt gewesen, hatte die Anteile dann aber verkauft. An der Muttergesellschaft blieb der Konzern beteiligt und nahm 2015 an einer 30-Millionen-Finanzspritze als Hauptinvestor teil. Seit seiner Gründung 2003 hatte das Unternehmen laut „Wall Street Journal“ 230 Millionen Dollar an Investments eingesammelt. Das plötzliche Aus wurde mit fehlender wirtschaftlicher Perspektive begründet.

Mode Media ist eingestellt worden.

Eine ähnliche Rechtfertigung gab es auch im Fall der Zeitschrift „Donna“. Dort wird die Redaktion zum Ende des Jahres aufgelöst, die 14 Beschäftigten müssen sehen, wo sie bleiben. Der Titel wird aber weitergeführt, er wird nur künftig von einem externen Dienstleister mit Material gefüllt. Die kaufmännische Verantwortung bleibt bei der *Burda Style Group*.

Bei „Donna“ wird die Redaktion ausgelagert.

Bei der *Burda Style Group* (früher „Burda Moden“) in Offenburg droht noch weiterer Personalabbau. Der Konzernbetriebsrat hatte im September 2016 von Plänen berichtet, bis zu 22 Stellen ins Ausland zu verlagern. Informell sind die Pläne bestätigt worden, allerdings ist von weniger Arbeitsplätzen die Rede.

Drohender Personalabbau bei „Burda Style“

Burda hat im dritten Quartal 2016 sein Portfolio aufgestockt:

- Mit 5,5 Millionen Euro ist man bei *Nebenan.de*, einer Online-Nachbarschaftsplattform, eingestiegen.
- *StockFood* in München, eine Bildagentur für „Food-Fotos“, Videos und Kochrezepte, wurde ebenfalls vereinnahmt und bei *BurdaHome* eingeordnet.
- *Burda Principal Investments* hat sich an *Notonthehighstreet*, einem britischen Online-Marktplatz für Mode- und Lifestyleprodukte, beteiligt.

Übernahmen und Beteiligungen

Die *Burda*-Tochter *Xing* hat eine aparte Geschäftsidee entwickelt. Das Karrierenetzwerk will seinen Werbekunden gesponserte Artikel anbieten, „die sich nahtlos in den News-stream der Kunden einfügen“. Dazu wolle man aus dem Bestand an Mitgliedern Autoren vermitteln. Auch bei den Überschriften wolle man behilflich sein.

Holtzbrinck

Die ursprüngliche *Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck* ist 2009 aufgespalten worden. Dieter von Holtzbrinck, ein Bruder des geschäftsführenden Gesellschafters Stefan von Holtzbrinck, machte sich selbstständig, nahm die *Verlagsgruppe Handelsblatt*, die *Tagesspiegel-Gruppe*, 50 Prozent des *Zeit-Verlags* und anderes mit und führt seither einen eigenen Medienkonzern ...

... *Dieter von Holtzbrinck (DvH) Medien*.

Dieser hat im dritten Quartal 2016 mit etlichen Käufen und Verkäufen für Meldungen gesorgt:

- Die Tochter *DvH Ventures* hat sich an *Liquid*, einem Portal für Vermögensverwaltung, beteiligt.
- *DvH Ventures* hat außerdem Geld in das Buchhaltungs-Startup *Smaac* gesteckt. Es will u. a. eingescannte Kassenzettel „verstehen“.
- Die *Tagesspiegel-Gruppe* hat das Magazin „Bootshandel“ an den *MuP-Verlag* verkauft.
- Die *VG Handelsblatt* hat ihren 40-Prozent-Anteil am *VDI-Verlag* an die *VDI GmbH* verkauft, die damit Alleineigentümerin geworden ist.

Übernahmen, Beteiligungen und Verkäufe bei DvH Medien

Ende September 2016 hat Dieter von Holtzbrinck seinen Posten als Aufsichtsratsvorsitzender aus Altersgründen (er ist 75) abgegeben. Eigentümer bleibt er allerdings weiterhin.

Die *Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck* ...

... ist noch dabei, die Bildung von *Springer Nature* zu bewältigen. Der Wissenschaftskonzern war Mitte 2015 gebildet worden, indem *Holtzbrinck* seine Tochterfirmen *Nature Publishing Group*, *Palgrave Macmillan* und *Macmillan Education* mit dem bis dahin selbstständigen Konzern *Springer Science+Business Media* (SBM) verscholz. Dessen früherer Eigentümer, der Finanzinvestor *BC Partners*, bleibt bei *Springer Nature* mit 47 Prozent mit an Bord, *Holtzbrinck* hält 53 Prozent.

Springer Nature etabliert sich.

- Im August 2016 hat *Springer Nature* die Dortmunder *W3L-Akademie* mit zwei Studiengängen und anderen Weiterbildungsangeboten gekauft. Sie wird in den Bereich *Springer Campus* eingegliedert, wo Fernstudiengänge und Weiterbildungskurse gebündelt sind.
- Die Venture-Tochter *Holtzbrinck Digital* hat das insolvente Startup *Iversity* übernommen. Es bietet eine Plattform für kostenlose Onlinekurse (sog. MOOCs) an und soll künftig mit *Springer Nature* zusammenarbeiten.

Sky Deutschland GmbH

Die Plattform für Bezahlangebote hat erstmals in ihrer mehr als 25-jährigen Geschichte einen Jahresgewinn vor Zinsen und Steuern (Ebit) von 5 Millionen Euro erzielt. Das Unternehmen war 1990 aus dem Deutschland-Geschäft des Schweizer *Teleclubs* hervorgegangen. Mitte der Neunzigerjahre hatte es der Medienunternehmer Leo Kirch übernommen, 1999 mit seiner eigenen Plattform *DF1* verschmolzen und in *Premiere* umbenannt. 2002 führten die hohen Verluste (mehr als zwei Milliarden Euro) mit zur Insolvenz der *Kirch-Gruppe*, eine Pleite von *Premiere* selbst konnte nur knapp abgewendet werden. Obwohl das Unternehmen weiterhin nur Verluste anhäufte, gelang 2005 ein Börsengang.

Nach 25 Jahren erstmals ein positives Ebit

Im Jahr 2008 stieg der US-Medienmogul Rupert Murdoch bei *Premiere* ein, gewann durch Kapitalerhöhungen nach und nach die Mehrheit und erzwang 2009 die Umbenennung in *Sky* (passend zu seiner gleichnamigen internationalen Senderkette). Das Unternehmen blieb aber chronisch defizitär. Eine Wende zeichnete sich erst nach 2011 ab, als der Markt für Bezahlfernsehen in Deutschland einen unerwarteten Aufschwung nahm. Seither hat *Sky* die Zahl seiner Abonnenten von 3,0 auf 4,6 Millionen steigern können. Allerdings sind auch die Kosten für Sportübertragungen, vor allem beim Fußball, enorm gestiegen, weshalb die finanzielle Lage für die Senderplattform unsicher bleibt. In der kommenden Saison der Fußballbundesliga zahlt der Sender allein an die *Deutsche Fußball-Liga* 876 Millionen Euro (statt 486 Millionen in der laufenden Saison).

Sky / Premiere: eine wechselvolle Geschichte

Der Umsatz von *Sky Deutschland* ist im Geschäftsjahr 2015/16 (30. 6.) um zwölf Prozent auf zwei Milliarden Euro gestiegen. Über den Nettoprofit, d. h. das, was unterm Strich übrig geblieben ist, wird nichts mitgeteilt. Er dürfte weiterhin negativ gewesen sein. Von den aufgelaufenen Verlusten der vergangenen 25 Jahre gar nicht zu reden.

Umsatzwachstum zwölf Prozent

Gleichwohl sieht sich *Sky* in der Lage, verstärkt ins Programm zu investieren. Mit „*Sky One*“, „*Sky Arts*“ und „*Sky Cinema Family*“ sind drei zusätzliche Bezahlsender aus der Taufe gehoben worden. Anfang Dezember 2016 will das Unternehmen außerdem mit dem Nachrichtenkanal „*Sky Sports News*“ ins werbefinanzierte Fernsehen vorstoßen.

Sky steigt beim werbefinanzierten Fernsehen ein.

Kontakt:

Cornelia Haß
Bereichsleiterin Medien und
Publizistik beim ver.di-
Bundesvorstand
10112 Berlin
E-Mail:
cornelia.hass@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