

Medienaktien werden billiger

Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft Oktober bis Dezember 2016 Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

23. Januar 2017

Das Branchenportal „meedia.de“ hat am 25. November 2016 von einem „gruseligen Anblick“ geschrieben. Anlass war die Kursentwicklung der börsennotierten Medienaktien, die im Vergleich zum allgemeinen Börsentrend schlecht abschnitten. Obwohl die Neunmonatszahlen von *ProSiebenSat.1 Media*, *Axel Springer* und *RTL-Group* gut waren und im Rahmen der Voraussagen lagen, waren die Aktienkurse seit Jahresbeginn deutlich gesunken: *Springer* minus 19 Prozent, *P7S1* minus 31 Prozent, *RTL-Group* minus 16 Prozent. Man hätte auch noch das Papier von *Constantin Medien* erwähnen können, das seit Juli 2016 schon 39 Prozent an Wert verloren hatte. Der Kurssturz der Medienaktien beschleunigte sich im Lauf des Jahres und hat sich auch im Dezember fortgesetzt. Und das in einem Börsenumfeld, bei dem die Durchschnittskurse von Dax und MDax stabil blieben oder sogar leicht zulegten.

Die Kurse von Medienaktien tendieren nach unten – anders als der sonstige Börsentrend.

Die Aktionäre beobachteten – so die Autoren von „meedia“ – zunehmend unzufrieden, dass das Wachstum beim Digitalgeschäft der Verlage und Sender die Stagnation im traditionellen Geschäft nicht kompensiert. Aus den gleichen Gründen hätten jüngst auch Analysten bei Banken und Fonds die Medienaktien herabgestuft und ihr Kursziel reduziert. Eine solche Entwicklung ist für die betroffenen Medienkonzerne aus mehreren Gründen problematisch: Zum einen, weil sie reale Schwierigkeiten widerspiegelt, zweitens weil sie das Image der Unternehmen verschlechtert und z. B. Kreditverhandlungen und Akquisitionen erschwert, zum dritten weil dadurch eine feindliche Übernahme durch Aktienkauf externer Investoren erleichtert werden kann.

Die Anleger misstrauen den digitalen Geschäftsmodellen der Verlage und Sender.

In der deutschen Medienwirtschaft spielen börsennotierte Aktiengesellschaften auch aus solchen Gründen nur eine geringe Rolle. Charakteristisch ist der familienzentrierte Konzern, der die Einflussnahme von außen scheut. Das gilt auch dann, wenn es sich um weltweit operierende Firmen handelt. Selbst Aktiengesellschaften können dazu zählen, wenn deren Anteile nicht frei gehandelt werden, sondern sich im Besitz einzelner Clans befinden (wie bei *Bertelsmann*).

Das *Institut für Medien- und Kommunikationspolitik* (IfM) in Berlin hat Anfang 2017 mit Verspätung seine Rangliste der größten internationalen Medienkonzerne veröffentlicht. Darin ist der Internetkonzern *Alphabet* (alias *Google*) auf Platz eins gestiegen und hat den bisherigen Spitzenreiter *Comcast* knapp überflügelt. Neu in der Liste sind das holländische (früher Luxemburger) Internet- und Kabelunternehmen *Altice Group* sowie das US-amerikanische Sozialnetzwerk *Facebook*. Letzteres hatte bislang die strikte Position vertreten, kein Medienunternehmen zu sein, hat sie in jüngster Zeit aber aufgeweicht.

Rangliste der größten internationalen Medienunternehmen.

Die 15 größten Medienkonzerne der Erde nach IfM

	Land	Umsatz (Mrd. Euro)			
		2012	2013	2014	2015
1. Alphabet (Google)	USA	39,1	45,1	49,7	67,6
2. Comcast	USA	48,7	48,7	51,8	67,2
3. Walt Disney	USA	32,9	33,9	35,3	47,3
4. News Corp.	USA	26,2	27,5	30,4	33,9
5. AT&T (Direct TV)	USA	.	23,9	24,3	31,8
6. Time Warner	USA	22,4	22,4	20,6	25,3
7. Viacom	USA	21,8	21,9	20,8	24,5
8. Sony Entertainment	J	16,8	17,8	17,8	22,9
9. Apple ¹⁾	USA	.	.	13,6	17,9
10. Altice Group	NL	.	.	.	17,5
11. Bertelsmann	D	16,1	16,4	16,7	17,1
12. Cox Enterprises	USA	10,6	12,0	12,0	16,3
13. Facebook	USA	.	.	.	16,2
14. Liberty Media	USA	9,4	10,8	11,3	14,9
15. Tencent	VRC	.	.	9,6	14,8

¹⁾ nur Sparte „iTunes, Software & Services“

Quelle: *Institut für Medien- und Kommunikationspolitik*
 Internet: <http://www.mediadb.eu/rankings/intl-medienkonzerne-2016.html>

Das *IfM* richtet sich bei seiner Einordnung in die Rangliste nach den Umsatzanteilen, die bei den jeweiligen Konzernen im weiteren Sinn der Medienwirtschaft zuzuordnen sind. Es unterscheidet sich darin von der Mediaagentur *ZenithOptimedia*, die in einer eigenen Rangliste (QB 2/2016-2, S. 2) die reinen Mediaeinnahmen der jeweiligen Konzerne bewertet und dadurch teilweise zu anderen Ergebnissen kommt.

In der Rangliste wird die Vorherrschaft des US-Kapitals in der globalen Medienwirtschaft deutlich: Elf der 15 größten Konzerne stammen von dort. *Bertelsmann* ist vom zehnten auf den elften Platz gerutscht und ist das einzige privatkapitalistische deutsche Medienunternehmen unter den 50 größten (auf Platz 29 steht noch die *ARD*). *Axel Springer* und *ProSiebenSat.1* finden sich auf den Plätzen 52 und 53.

Bertelsmann steht als einziger deutscher Konzern unter den 50 größten auf Platz elf.

Bertelsmann SE & Co. KGaA

Der größte deutsche Medienkonzern hat für die ersten neun Monate des abgelaufenen Jahres ein Rekordergebnis gemeldet: zwar nicht beim Umsatz, aber beim Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Ebitda) und vor allem beim Nettoprofit. Letzterer wurde um 13,8 Prozent höher ausgewiesen als im Vorjahreszeitraum. Beim Umsatz wird der Rückgang auf Portfolio- und Wechselkurseffekte zurückgeführt; ohne diese wäre er um 0,6 Prozent gestiegen, hieß es.

Umsatzrückgang und Gewinnsteigerung im dritten Quartal

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

	2014	2015	2016	16/15 (%)
Umsatz	11.817	12.152	11.963	- 1,6
EBITDA (operational)	1.485	1.595	1.633	+ 2,4
EBIT (um Sondereinflüsse bereinigt)	739	993	1.094	+ 10,2
Konzerngewinn	292	573	652	+ 13,8
Investitionen	861	780	884	+ 13,3

Quelle: Pressemitteilung der Bertelsmann SE & Co. KGaA, 10. 11. 2016

Bei den Neunmonatszahlen macht *Bertelsmann* keine Angaben zu den einzelnen Geschäftsbereichen. Immerhin lässt die Konzernzentrale wissen, dass die Segmente Fernsehen (*RTL*), Musik (*BMG*) und Dienstleistungen (*Arvato*) maßgeblich zum guten Ergebnis beigetragen hätten. Auch der neu gebildete Bereich *Bertelsmann Investments* habe „signifikant“ beim Nettoprofit von 652 Millionen Euro mitgeholfen.

Die *RTL-Group*, an der Bertelsmann 75,1 Prozent besitzt, muss als börsennotiertes Unternehmen eigene Geschäftszahlen veröffentlichen. Das Unternehmen hat von Januar bis September 2016 den Umsatz um 2,1 Prozent auf 4,2 Milliarden Euro und das Ebitda um 7,0 Prozent auf 903 Millionen Euro gesteigert. Der Nettoprofit sank wegen höherer Steuern um 4,5 Prozent auf 443 Millionen Euro. Wie gewohnt waren Deutschland, Frankreich und die Niederlande die erfolgreichsten Märkte.

Die RTL-Gruppe liefert erneut den meisten Profit ab.

Gruner+Jahr hat zwar keine eigenen Geschäftszahlen fürs dritte Quartal 2016 veröffentlicht, die Vorstandsvorsitzende Julia Jäkel nannte aber Ende November in einem Interview mit der „Zeit“ einige Details. Die Bilanz für 2016 werde trotz des Rückzugs aus Österreich (Juni 2016) „stabil“ ausfallen. Die Digitalerlöse werden um 30 Prozent steigen und etwa ein Fünftel des Gesamtumsatzes ausmachen (das wären gut 300 Millionen Euro). Bei den gedruckten Zeitschriften werden die Vertriebs Erlöse leicht zunehmen, das Werbegeschäft laufe „mehr oder weniger stabil“.

Gruner+Jahr: „stabil“

Im vierten Quartal 2016 wurden folgende Veränderungen im Firmenbestand bei *Bertelsmann* – fast alle im Ausland – bekannt:

- Die französische Radiokette *RTL Radio* hat sich an *CornerJob*, einer App zur Stellensuche, beteiligt.
- Für den Ausbau seines Bildungsgeschäfts hat sich *Bertelsmann* zwei Dienstleister in den USA gekauft: *Swank Healthcare* und *AHC Media*. Beide konzentrieren sich auf digitale Fortbildung im Gesundheitswesen.
- Über den Fond *Bertelsmann Asia Investments* hat sich der Konzern an *Xiaozhu.com*, einer chinesischen Plattform für Privatunterkünfte (nach dem Vorbild von *Airbnb*) beteiligt.

Käufe und Verkäufe von Firmenanteilen im dritten Quartal

- Die holländische *RTL Ventures* hat die dortige Restaurant-Reservierungsplattform *Couverts* verkauft.
- *Gruner+Jahr* hat sich im Dezember 2016 aus dem spanischen Markt verabschiedet und seine dortigen Aktivitäten an einen Hamburger Investor verkauft. Das Management setzt damit seinen Kurs des Rückzugs von fremden Märkten (Osteuropa, Indien, Österreich) fort. „Kernmärkte“ sollen mehr denn je Deutschland und Frankreich sein.
- Die französische RTL-Tochter *M 6 Web* hat 51 Prozent des dortigen Rabattportals *iGraal* gekauft.
- *RTL Hungary* hat von *Central Médiacsoport* 30 Prozent von *Central Digital Media* gekauft.
- Die G+J-Tochter *Territory* hat die letzten 25 Prozent von *trnd International* gekauft und ist nun Alleineigentümerin.
- Die französische G+J-Tochter *Prisma Media* hat das *Web Program Festival* gekauft.
- Anfang Januar 2017 hat *Bertelsmann-Arvato* das indische IT-Unternehmen *Ramyam* gekauft.

Bei der Tochterfirma *Territory*, der früheren *Medienfabrik*, wird seit Ende Dezember 2016 ein Konflikt ausgetragen. Das Unternehmen ist Anfang 2016 von *Arvato* an *Gruner+Jahr* verschoben und dort zum „Content-Marketing-Dienstleister“ erklärt worden. Als solcher habe es seine Ziele nicht erreicht, ließ das Management wissen. Deshalb gab es für 2016 kein Weihnachtsgeld, vor allem aber sollen Stellen gestrichen werden. Es habe Vertragsauflösungsgespräche mit Mitarbeitern gegeben, mit deren Leistung man „unzufrieden“ ist. Das erklärte Geschäftsführer Stefan Postler. Wie viele das sind, wurde nicht gesagt; informell ist von 25 bis 50 die Rede (bei insgesamt rund 500 Beschäftigten).

Konflikt um Entlassungen bei Territory

ProSiebenSat.1 Media Group SE

Der Unterhaltungskonzern aus Unterföhring präsentierte sich im November 2016 kraftstrotzend: Der Umsatz ist in den ersten neun Monaten 2016 zweistellig gewachsen, die Gesamterlöse lagen um 17 Prozent über denen des Vorjahreszeitraums. Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Ebitda) stieg um 13 Prozent, bereinigt um zehn Prozent. Und selbst der Nettoprofit lag mit 294 Millionen Euro um acht Prozent über dem von 2015.

Blendende Geschäftszahlen fürs dritte Quartal

Im Herbst 2016 wurde eine Umstrukturierung innerhalb des Konzerns bilanzwirksam. Das bisherige Segment „Digital & Adjacent“ (= Angrenzendes) wurde aufgeteilt in „Digital Entertainment“ (vor allem Heimkino) und „Digital Ventures & Commerce“ (E-Handel). Für 2015 wurden die Geschäftszahlen angepasst, mit denen von 2014 sind sie teilweise nicht vergleichbar.

Bei den Fernsehsendern („Sat.1“, „Pro Sieben“, „Kabel 1“ usw.) hat es zwischen Januar und September 2016 ein Wachstum von zwei Prozent gegeben. Um ein Drittel und mehr sind die Erlöse bei Entertainment und Produktion/Recht Handel gestiegen, obwohl der Bereich Onlinespiele verkauft worden ist. Beim E-Handel sind die Erlöse regelrecht durch die Decke gegangen: mit einem Plus von fast zwei Dritteln. Dafür waren die Neuerwerbungen *Verivox* und *Etraveli* ausschlaggebend.

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

	2014	2015	2016	16/15 (%)
Außenumsatz	1.910	2.174	2.545	+ 17
- Fernsehen	1.398	1.470	1.506	+ 2
- Digital Entertainment	-	228	304	+ 33
- Digital Ventures & Commerce	-	293	483	+ 65
- Produktion, Rechtehandel	.	174	240	+ 38
Betriebsergebnis (EBITDA)	502	538	608	+ 13
Bereinigtes EBITDA ¹⁾	522	568	626	+ 10
- Fernsehen	437	460	479	+ 4
- Digital Entertainment	-	23	19	- 15
- Digital Ventures & Commerce	-	81	105	+ 30
- Produktion, Rechtehandel	1	10	27	> 100
Bereinigter Konzerngewinn	239	271	294	+ 8
Finanzschulden (30. 9.)	1.795	1.953	2.419	+ 24

¹⁾ nach Sondereffekten

Quelle: Pressemitteilung der ProSiebenSat.1 Media AG vom 3. 11. 2016

Anfang November 2016 hat *ProSiebenSat.1* eine Kapitalerhöhung um 6,5 Prozent beschlossen. Es wurden 14,2 Millionen Aktien zu je 36,25 Euro ausgegeben. Der Erlös von rund 515 Millionen Euro ist für Zukäufe im Digitalbereich gedacht.

Kapitalerhöhung zwecks Geldbeschaffung

Damit dürften in erster Linie Firmen mit medienfernen Angeboten gemeint sein, so wie die Kuppelplattform *Parship Elite Group*, die P7S1 im September 2016 übernommen hat. Auch im vierten Quartal 2016 gab es zwei derartige „Investitionen“:

- Über die Tochter *Seven Ventures* wurde eine Minderheitsbeteiligung an der Handelsplattform *About You* erworben. Hauptaktionär ist die *Otto Group*.
- Auch das US-Startup *Wochit* durfte sich über frisches Geld (13 Millionen US-Dollar) u. a. aus München freuen. Es bietet Cloud-Dienste zur Produktion von Videos für Sozialnetzwerke an.

Käufe von Firmenanteilen im dritten Quartal

Axel Springer SE

Der *Springer*-Konzern hat für die ersten neun Monate 2016 nur ein Umsatzwachstum von 0,6 Prozent gemeldet. Das war aber durch Entkonsolidierungseffekte, vor allem die Ausgliederung des Schweizer Geschäfts in eine Holding mit *Ringier*, verursacht. Ohne diese Effekte wäre der Umsatz um 4,7 Prozent gewachsen, meldete *Springer*. Das Ebitda lag um 5,8 Prozent über dem Vorjahreswert, der Nettoprofit sogar um 40,9 Prozent.

Leichtes Wachstum beim Umsatz, starkes beim Gewinn

Noch auffälliger als bei *ProSiebenSat.1* ist bei *Springer*, dass das Umsatz- und Profitwachstum ausschließlich aus dem Bereich der medienfernen Onlineplattformen (Rubrikenangebote) stammt. Die Vermarktungsangebote (Werbung) haben 3,5 Prozent weniger eingenommen als 2015, bei den journalistischen Produkten (Bezahlangebote) waren es 4,9 Prozent weniger. Hier wurde allerdings die Ausgliederung der Schweizer Medien wirksam.

Zuwachs gibt es nur bei den Rubrikenangeboten.

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

	2014	2015	2016	16/15 (%)
Umsatz	2.177,91	2.372,7	2.386	+ 0,6
- Bezahlangebote	1.129,4	1.130,5	1.075,1	- 4,9
- Vermarktungsangebote	564,9	632,7	610,8	- 3,5
- Rubrikenangebote	357,1	547,5	645,0	+ 17,8
- Services/Holding	126,5	61,9	55,8	- 9,9
- Digitale Aktivitäten	1.271,6	1.489,4	1.606,6	+ 7,9
- Werbung	1.278,3	1.484,7	1.583,4	+ 6,7
- Ausland	926,6	1.128,3	1.141,4	+ 1,2
Betriebsergebnis (EBITDA)	363,9	396,0	419,0	+ 5,8
- Bezahlangebote	170,2	151,9	134,0	- 11,8
- Vermarktungsangebote	76,8	64,7	57,9	- 10,5
- Rubrikenangebote	160,2	224,2	261,4	+ 16,6
- Services/Holding	- 43,3	- 44,9	- 34,3	-
Konzerngewinn	228,9	257,9	363,4	+ 40,9
Konzerngewinn bereinigt	186,0	198,8	208,9	+ 5,1
Beschäftigte (Durchschnitt)	13.428	14.908	15.143	+ 1,6

Quelle: Pressemitteilung der Axel Springer SE, 3. 11. 2016

Die Bemühungen um eine Bezahlpflicht für Onlinemedien („Paid Content“) hätten sich zufriedenstellend entwickelt, heißt es bei *Springer*. Die Zahl der Digitalabos für „Bild“ und „Welt“ ist um 14,3 Prozent auf 414.000 (drittes Quartal 2016) gestiegen. Zur Entwicklung der Umsätze und der Rentabilität in diesem Bereich gibt es keine Angaben.

Die Zahl der Abos bei den Nachrichtenplattformen steigt.

Seit dem 20. Januar 2017 bietet Springer seine neue Tageszeitung „Fußball Bild“ bundesweit an. Der Testlauf in Stuttgart und München seit Herbst 2016 ist offenbar erfolgreich gelaufen. Das Blatt wird mit 32 Seiten im Tabloid-Format für einen Euro verkauft. Von Montag bis Samstag wird es die Fußballberichterstattung der zentralen Sportredaktion und der Bild-Regionalausgaben bündeln.

Neu auf dem bundesweiten Markt: „Fußball Bild“

Springers Vermarktungsholding *AS All Media* hat sich im November 2016 ein drittes Standbein verschafft. Bislang waren dort *Media Impact*, der Printvermarkter von *Springer* und *Funke*, sowie *Visoon Video Impact*, ein Fernseh- und Videovermarkter von *Springer* und *Viacom*, zusammengefasst. Nun wurde mit *Abilicom* ein Unternehmen für Datenanalyse und Zielgruppenwerbung („Targeted Advertising“) übernommen und als *Contact Impact* in die Holding integriert. Das dürfte ein Versuch sein, der Übermacht von *Google* bei der Zielgruppen-Onlinewerbung mehr als bisher entgegenzusetzen.

Mit der Übernahme von Abilicom will Springer seine Kompetenz bei Zielgruppenwerbung stärken.

Mitte Dezember 2016 wurde gemeldet, dass Mathias Döpfner einen erneuten Anlauf für einen Teil-Börsengang von *Springers* digitalen Geschäften unternehmen wolle. Es geht um Anteile an den Rubrikenangeboten. Bereits 2014 hatte es ein solches Vorhaben gegeben, es war damals aber von Friede Springer abgeschmettert worden. Eine Entscheidung sei noch nicht gefallen, hieß es.

Börsengang bei den Digitalen Geschäften?

ARD und ZDF

Der Rundfunkbeitrag wird 2017 nicht gesenkt. Allerdings werden von den 17,50 Euro monatlich 30 Cent auf ein Sperrkonto eingezahlt, auf das die Sender keinen Zugriff haben. Das haben die Ministerpräsidenten der Länder bei ihrer Sitzung am 28. 10. 2016 beschlossen. Die *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* (KEF) hatte zuvor eine Verringerung um 30 Cent befürwortet (QB 3/16-2, S. 9 f.). Die Sendeanstalten sollen Vorschläge entwickeln, wie der Beitrag langfristig stabil gehalten werden kann. Das wird, wie die KEF selbst vorgerechnet hat, beim gegenwärtigen Angebotsniveau nicht möglich sein. Das Ansinnen der Länderchefs bedeutet nichts anderes als den Zwang zu noch rücksichtsloseren Einsparungen nach 2020, weit über das schon erfolgte Maß hinaus.

Der Rundfunkbeitrag bleibt gleich.

Vor diesem Hintergrund ist es zu sehen, dass *ARD* und *ZDF* 2018/20 erstmals in der Geschichte keine Direktübertragung der Olympischen Spiele senden werden. Das *Internationale Olympische Komitee* hatte im Sommer 2015 die Übertragungsrechte an den *Discovery-Konzern* vergeben. Der wollte für die Sublizenz in Deutschland offenbar 150 Millionen Euro haben. Die öffentlich-rechtlichen Anstalten boten aber nicht mehr als 100 Millionen und brachen die Verhandlungen Ende November 2016 ab. Unklar ist noch, inwieweit Ausschnitte von einzelnen Wettbewerben in „Tagesschau“ und „heute journal“ gezeigt werden.

Die nächsten Olympischen Spiele werden nicht bei ARD und ZDF laufen.

Ein kleiner Trost waren da die Übertragungsrechte für die Fußball Europameisterschaft 2020, die sich *ARD* und *ZDF* zu nicht genannten Kosten sichern konnten. Die Qualifikationsspiele zur EM und die Weltmeisterschaft 2022 werden bei „RTL“ zu sehen sein.

Zweiter Produzentenbericht der ARD

Die in der *ARD* zusammengeschlossenen Rundfunkanstalten und ihre Tochterfirma *Degeto* haben im Jahr 2015 Aufträge für Filme, Dokumentationen und Unterhaltungssendungen in Höhe von 711 Millionen Euro vergeben – vier Millionen mehr als 2014. Über tausend Produktionsunternehmen waren beteiligt. Die *ARD*-Tochter *Degeto* allein stand für 326 Millionen Euro. Das hat die *ARD* in ihrem zweiten Produzentenbericht mitgeteilt.

Für Auftragsproduktionen durch Fremdfirmen wurden 413 Millionen Euro ausgegeben, was einen Rückgang um 60 Millionen bedeutet. Für Koproduktionen flossen 230 Millionen Euro – 45 Millionen mehr als im Vorjahr. Auf Mischproduktionen entfielen 68 Millionen, auf Lizenzkäufe 44 Millionen. Mit 346 Millionen Euro wurde knapp die Hälfte des Etats für Filme und Serien ausgegeben, davon 185 Millionen von der *Degeto*.

Ein beträchtlicher Teil der Produktionsaufträge von *ARD* und *ZDF* geht an deren privatkapitalistische Tochterfirmen, von denen die wichtigsten *Studio Hamburg*, *ZDF Enterprises*, *Drefa* und *Bavaria Film* sind. Letztere hat ihre Zahlen zum Geschäftsjahr 2015/16 (1. 7. /30. 6.) veröffentlicht. Der Umsatz ist um 11,6 Prozent auf 202 Millionen Euro gestiegen, das Ebitda um 1,2 Prozent auf 16,9 Millionen Euro. Die *Bavaria Film* GmbH mit rund 1.200 Beschäftigten gehört (jeweils über Tochterfirmen) zu 33,3 Prozent dem *WDR* und zu je 16,7 Prozent dem *SWR*, dem *BR*, dem *MDR* sowie dem *Freistaat Bayern*. Auf ihrer Webseite weist sie 31 Tochterfirmen im In- und Ausland aus.

Bavaria Film mit 202 Millionen Euro Umsatz

Die „Deutsche Welle“ gehört nicht zum *ARD*-Verbund, sondern wird als Auslandssender von der Bundesregierung bezahlt. Anders als die öffentlich-rechtlichen Anstalten kann sie sich nicht über mangelndes Geld beklagen. Sie wird 2017 mehr als 26 Millionen Euro zusätzlich erhalten und damit über ein Budget von fast 330 Millionen Euro verfügen. Mit dem neuen Geld soll das Programm für die Arabische Welt, Russland, die Ukraine sowie die Türkei gestärkt werden.

Mehr Geld für die „Deutsche Welle“

Georg von Holtzbrinck GmbH & Co. KG

Die Geschäftszahlen 2015 des Stuttgarter Konzerns, der sich auch *Holtzbrinck Publishing Group* nennt, sind mit denen der Vorjahre nur bedingt zu vergleichen. Der Grund ist, dass wesentliche Teile der Wissenschafts- und Bildungssparte (*Nature Publishing Group*, *Palgrave Macmillan* sowie *Macmillan Education*) ausgegliedert und in die Gemeinschaftsfirma *Springer Nature* eingebracht worden sind. Dort wurden sie mit dem bisherigen Konzern *Springer Science + Business Media* verschmolzen. *Holtzbrinck* hält 53 Prozent, der Finanzinvestor *BC Partners* den Rest.

Geschäftszahlen 2015: Umsatzrückgang und Gewinnsteigerung

Außerdem wurden im Geschäftsjahr 2015 mehrere Tochterfirmen und Beteiligungen verkauft. Die größte davon war die Kuppelplattform *Parship* (die inzwischen bei *ProSiebenSat.1* gelandet ist). Im Ergebnis alldessen ist der Konzernumsatz um 17,4 Prozent auf 1,4 Milliarden Euro gesunken. Die besagten Transaktionen haben einen Umsatzrückgang um 462 Millionen Euro bewirkt. Ohne diesen Effekt wäre der Umsatz um 2,8 Prozent gewachsen, heißt es im Geschäftsbericht.

Wirtschaftszahlen der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck (in Millionen Euro)

	2013	2014	2015	15/14 (%)
Umsatz	1.719,2	1.727,1	1.426,6	- 17,4
- <i>Macmillan Publishers</i>	736,6	735,6	850,8	+ 15,7
- <i>Macm. Science & Education</i>	891,4	907,2	501,1	- 44,8
- <i>Holtzbrinck Digital</i>	149,0	146,8	93,4	- 36,4
- <i>Sonstige Unternehmen</i>	12,0	13,5	19,7	+ 45,9
- <i>Konsolidierung/Innenumsatz</i>	- 69,7	- 76,0	- 38,4	-
Umsatz nach Ländern				
- <i>Deutschland</i>	356,4	346,6	279,4	- 19,4
- <i>Großbritannien</i>	133,9	140,6	114,3	- 18,7
- <i>übriges Europa</i>	196,3	201,1	111,8	- 44,4
- <i>Nordamerika</i>	682,8	682,1	747,5	+ 9,6
- <i>Übrige Regionen</i>	349,9	356,7	173,6	- 51,3
Operat. EBITDA, bereinigt	180,8	172,1	154,4	- 10,3
Konzernergebnis	73,4	78,3	820,4	> 100
Beschäftigte	8.583	8.554	5.514	- 35,5
- darunter Inland	1.618	1.601	1.341	- 16,2

Quelle: *Bundesanzeiger*, 12. 1. 2017, und frühere

Der Nettoprofit des Konzerns ist 2015 gegenüber dem Vorjahr mehr als verzehnfacht worden. Darin widerspiegeln sich außerordentliche Erlöse aus dem Verkauf von Firmen, insbesondere *Parship*.

Ende Dezember 2016 hat die *VG von Holtzbrinck* über ihren Hörbuchverlag *Argon* das Programm des *Parlando-Verlags* gekauft und damit ihre Position als Nummer zwei (hinter *Bertelsmann*) auf diesem Markt verstärkt. Nahezu zeitgleich ist sie aus dem Postgeschäft ausgestiegen, indem sie ihre Anteile am Postdienstleister *Pin Mail* an die holländische Post verkaufte. *Holtzbrinck* hatte den Briefzusteller 2008 erworben, als der Konzern noch ein starker Verlag für Regionalzeitungen war.

Zukauf bei Hörbüchern, Ausstieg aus dem Postgeschäft

Constantin Medien AG

Bei dem Münchener Unterhaltungskonzern wird seit November 2016 ein filmreifer Machtkampf ausgetragen, dessen Ende nicht absehbar ist. Den vorläufigen Höhepunkt bildete ein Beschluss der Hauptversammlung am 10. November, demzufolge einer der Hauptaktionäre, der Schweizer Bernhard Burgener, von einer Abstimmung ausgeschlossen worden war. Dieser klagt nun gegen den Beschluss und will die Entscheidungen der HV annullieren lassen. Treibende Kraft hinter dem Coup gegen Burgener waren der zweite, etwa gleich starke Hauptaktionär und Aufsichtsratsvorsitzende Dieter Hahn sowie der Vorstandsvorsitzende Fred Kogel.

Zwei Aktionärsgruppen bekriegen sich bei Constantin.

Um einen Machtkampf zweier verfeindeter Eigentümer geht es aber nur vordergründig. Hahn und seine Mitstreiter wollen die traditionsreiche Filmsparte *Constantin Film AG* („Der Name der Rose“, „Fack ju Göhte“) verkaufen und sich auf das Geschäft mit dem Sportrechtehandel konzentrieren, Burgener will das verhindern. Auf der Hauptversammlung ist der Verkauf der Filmsparte zwar – nach dem Ausschluss der Burgener-Fraktion von der Abstimmung – beschlossen worden, die Entscheidung wird aber angefochten. Dem Unternehmen droht nun eine jahrelange juristische Blockade.

Es geht um die Frage, ob die Filmsparte verkauft werden soll.

Constantin Medien gehört zu den Zerfallsprodukten des 2002 zusammengebrochenen *Kirch-Imperiums*. Leo Kirchs Witwe Ruth war über eine Firma *KF 15 Management GmbH & Co. KG* mit 18,1 Prozent an *Constantin Medien* beteiligt. Kurz vor ihrem Tod im April 2016 hat sie diese Firma aufgelöst und die *Constantin*-Aktien an Dieter Hahn weitergereicht. Dieser war der persönliche Vertraute Leo Kirchs gewesen und hatte sich 2014/15 in mehreren Schritten 11,2 Prozent Aktien gekauft; zusammen mit denen der *KF 15* hält er nun 28,9 Prozent. Das Geld hierzu stammt aus einem Vergleich vom Sommer 2014 zwischen den Kirch-Erben und dem einstigen Kirch-Management einerseits sowie der *Deutschen Bank* andererseits. Die Bank zahlte 925 Millionen Euro, um einen Schadensersatzprozess abzuwenden. Dieter Hahn soll davon etwa 100 Millionen Euro abbekommen haben. Damit will er offenbar die Macht bei *Constantin* übernehmen.

Sein Gegenspieler Bernhard Burgener besitzt zwar nur 7,1 Prozent *Constantin*-Aktien, ist aber auf dem Umweg über eine Schweizer Firma stärker im Geschäft: Die *Highlight Event und Entertainment AG* besitzt weitere 10,3 Prozent; hier hat Burgener mit 80,9 Prozent das Sagen. Dieses Unternehmen ist außerdem Alleineigentümer der *Constantin Film AG*. Sowohl Burgener als auch Hahn haben Verbündete unter den anderen Aktionären. Beobachter schätzten die Stimmenpools bei der *Constantin*-Hauptversammlung im November auf jeweils rund 30 Prozent.

Die *Constantin Medien AG* ist mit einem Konzernumsatz 2015 von 482 (Vorjahr 488) Millionen Euro die Nummer 17 in der Rangliste der privaten deutschen Medienunternehmen. Den größten Geschäftsbereich bildet Film mit 272 (296) Millionen Euro, gefolgt von Sport mit 158 (148) Millionen und Marketing mit 49 (41) Millionen Euro. Der Gewinn vor Zinsen und Steuern (Ebit) war 2015 von 21 auf 40 Millionen Euro gestiegen, der Nettoprofit sogar von 4 auf 20 Millionen Euro. Zum Jahresende gab es 1.632 (1.512) Beschäftigte.

Geschäftszahlen 2015 von Constantin Medien

Nach dem Eklat auf der Hauptversammlung im November 2016 ist eine Lösung für die Pattsituation nicht erkennbar. Sie ist eigentlich nur denkbar, wenn sich eine der beiden Seiten aus dem Unternehmen zurückzieht und die andere sie herauskauft. Dieter Hahn

hat ein solches Angebot am 6. Dezember vorgelegt, es wurde von Burgener aber abgelehnt. Inzwischen hat sich auch die Landespolitik eingemischt: Bayerns Wirtschaftsministerin Ilse Aigner führte Einzelgespräche mit Hahn und Burgener mit dem Ziel, dass die „Unstimmigkeiten zeitnah beigelegt werden können“.

*Vergeblicher
Vermittlungsver-
such der bayeri-
schen Regierung*

Das scheint nicht zu klappen, denn auf der Aktionärsversammlung der *Highlight Communications AG* (nicht zu verwechseln mit *Highlight Event und Entertainment*) am 31. Dezember 2016 gelang es Burgener, seinen Rivalen Hahn aus dem Aufsichtsrat zu verdrängen. Gleichzeitig beschloss die Versammlung, für 2015 keine Dividende zu zahlen, wodurch die *Constantin Medien AG* wichtige Einnahmen verliert. Dieser Coup Burgeners war möglich, weil die *Constantin AG* zwar knapp 60 Prozent der *Highlight*-Aktien besitzt, den Großteil davon aber für ein Darlehen verpfändet hat und folglich deren Stimmrecht nicht nutzen kann. Auch dieser Umstand ist Gegenstand eines Rechtsstreits.

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