

ProSiebenSat.1 hat Probleme

Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft Oktober bis Dezember 2017 Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

24. Januar 2018

Im November 2017 hat das *Institut für Medien- und Kommunikationspolitik* (IfM) in Berlin eine Rangliste der größten internationalen Medienkonzerne mit Zahlen für 2016 veröffentlicht. Der Internetkonzern *Alphabet* (alias *Google*) steht erneut auf Platz eins und hat den Abstand zur Nummer zwei, *Comcast*, vergrößert.

Die 15 größten Medienkonzerne der Erde nach IfM

	Land	Umsatz (Mrd. Euro)			
		2013	2014	2015	2016
1. Alphabet (Google)	USA	45,1	49,7	67,6	82,0
2. Comcast	USA	48,7	51,8	67,2	72,6
3. Walt Disney	USA	33,9	35,3	47,3	50,3
5. AT&T (Direct TV)	USA	23,9	24,3	31,8	32,9
4. News Corp.	USA	27,5	30,4	33,9	32,2
6. Time Warner	USA	22,4	20,6	25,3	26,5
7. Charter Comm.	USA	6,1	6,9	8,8	26,2
8. Sony Entertainment	J	17,8	17,8	22,9	25,9
9. Facebook	USA	.	.	16,2	25,0
10. Altice Group	NL	.	.	17,5	23,5
11. Viacom	USA	21,9	20,8	24,5	23,2
12. Apple ¹⁾	USA	.	13,6	17,9	22,0
13. Tencent	VRC	.	9,6	14,8	20,7
14. Cox Enterprises	USA	12,0	12,0	16,3	18,2
15. Bertelsmann	D	16,4	16,7	17,1	17,0

¹⁾ nur Sparte „iTunes, Software & Services“

Quelle: *Institut für Medien- und Kommunikationspolitik*

Internet: <http://www.mhttps://www.mediadb.eu/rankings/intl-medienkonzerne-2017.html?type=98mediadb.eu/rankings/intl-medienkonzerne-2016.html>

Hervorstechend ist der Aufstieg des Kabelnetzbetreibers *Charter Comm*, der durch die Übernahme von *Time Warner Cable* 2016 seinen Umsatz verdreifacht hat. Dieser Deal war der Nebeneffekt eines geplanten größeren Geschäfts: *Time Warner* sollte mit *AT&T* fusionieren, Kaufpreis einschließlich übernommener

Schulden 109 Milliarden US-Dollar. Im November 2017 hat allerdings das US-Justizministerium angekündigt, gegen diese Fusion klagen zu wollen.

Das *IfM* gewichtet die Konzerne nach den Umsatzanteilen, die im weiteren Sinn der Medienwirtschaft zuzuordnen sind. 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 elften auf den fünfzehnten Platz gerutscht und stellt zusammen mit *ProSiebenSat.1* (Platz 48) die einzigen privatkapitalistischen deutschen Medienunternehmen unter den 50 größten (auf Platz 30 steht noch die *ARD*). *Axel Springer* folgt auf Platz 52.

Die US-Medienkonzerne wachsen schneller als andere.

Die Veröffentlichung der *IfM*-Rangliste bot in den Fachmedien wieder einmal Gelegenheit, über den Bedeutungsverlust deutscher Medienkonzerne im internationalen Maßstab zu rasonieren. *Bertelsmann* habe vor zwanzig Jahren noch einen Spitzenplatz besetzt, rangiere heute aber nur noch im vorderen Mittelfeld. Der Grund: Man habe es irgendwann aufgegeben, sich mit den US-Digitalriesen anzulegen, und konzentriere sich auf weniger wachstumsträchtige oder sogar schrumpfende (Print) Medienbranchen. Gegen diesen Trend scheint es derzeit kein Gegenmittel zu geben.

Bertelsmann SE & Co. KGaA

Die Geschäftsentwicklung der ersten neun Monate 2017 ist bei *Bertelsmann* leicht positiv verlaufen – soweit man das den veröffentlichten Zahlen entnehmen kann. Der Umsatz hat um 1,3 Prozent auf 12,1 Milliarden Euro zugenommen, der um Sondereinflüsse bereinigte Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT) ist um 3,0 Prozent gewachsen und beim Nettoprofit (Konzerngewinn) gab es sogar ein Plus von 6,4 Prozent.

Leichtes Umsatzwachstum bei Bertelsmann

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

	2015	2016	2017	17/16 (%)
Umsatz	12.152	11.963	12.119	+ 1,3
EBITDA (operational)	1.595	1.633	1.639	+ 0,4
EBIT	993	1.094	1.127	+ 3,0
Konzerngewinn	573	652	694	+ 6,4
Investitionen	780	884	949	+ 7,4

Quelle: Pressemitteilung der Bertelsmann SE & Co. KGaA, 10. 11. 2016 und 9. 11. 2017

Der größte deutsche Medienkonzern veröffentlicht fürs erste und dritte Quartal eines Geschäftsjahrs keine Zahlen zur Entwicklung der einzelnen Bereiche. Nur die *RTL-Group* liefert – weil börsennotiert – ausführlichere Informationen. Da sie die Hauptstütze des Konzerngeschäfts ist, sind ihre Zahlen aussagekräftig. Der *RTL-Konzernumsatz* hat in den ersten neun Monaten 2017 um 2,8 Prozent auf den Rekordwert von 4,4 Milliarden Euro zugelegt. Das sind 36 Prozent von *Bertelsmanns* Konzernumsatzes. Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) stieg bereinigt um 3,4 Prozent. Der Treiber des Geschäfts war, neben der französischen *Groupe M6*, die Mediengruppe *RTL Deutschland*. Deren Umsatz ist von Januar bis September 2017 um 4,8 Prozent auf 500 Millionen Euro gestiegen, hauptsächlich durch TV- und Digitalwerbung sowie Plattformerlöse.

Die RTL-Gruppe bleibt die Hauptstütze des Geschäfts bei Bertelsmann.

Der *Bertelsmann*-Konzern hat auch im vierten Quartal 2017 Firmenbeteiligungen gekauft, vorzugsweise über seinen Fonds *Bertelsmann Digital Media Investments* (BDMI).

- BDMI hat sich bei „boostr“, einer US-Plattform für Kundenpflege („Customer Relationship Management“), eingekauft.
- Des Weiteren hat BDMI bei „Wibbitz“ investiert. Das Unternehmen vertreibt eine Software, mit der aus Texten Videos produziert werden können.
- Der dritte Einstieg von BDMI ist bei „Art 19“ bekannt geworden, einem US-Startup, das „Monetarisierungsformen für Audio-Podcasts“ entwickelt.
- *Bertelsmann Digital Media Investments* hat sich gemeinsam mit der Bertelsmann-Tochter *SpotX* an der kanadischen Videoplattform *Vemba* beteiligt.
- *Bertelsmann Asia Investments* hat sich am chinesischen Unternehmen *352 Environment Protection Technologies*, das Lösungen zur Reinhaltung der Luft anbietet, beteiligt.
- Der Buchkonzern *Penguin Random House* hat den US-Verlag *Sasquatch Books* gekauft.

Übernahmen und Beteiligungen im vierten Quartal 2017

In den ersten beiden Januarwochen 2018 ging die Einkaufstour weiter:

- *Penguin Random House* hat vom US-Konzern *Hearst* dessen Buchsparte *Rodale* gekauft.
- Die *RTL Group* hat in Schweden *United Screens*, „das führende Multi-Plattform-Network in den nordischen Ländern“, übernommen.

Thomas Rabe, *Bertelsmanns* Vorstandsvorsitzender, hat Mitte Januar 2018 mitgeteilt, dass sein Konzern im vergangenen Jahr weltweit mehr als 70 „innovative Start-ups und Investmentfonds“ ganz oder teilweise gekauft hat. Derzeit halte man Beteiligungen an mehr als 160 solcher Firmen. Besonders dynamisch entwickle sich das Geschäft in China.

Bertelsmanns Pressesparte *Gruner+Jahr* hat hingegen ihr internationales Engagement weiter zurückgefahren. Die holländische Tochterfirma *G+J Media Netherlands* ist an den US-Medienkonzern *Hearst* verkauft worden. In den vergangenen Jahren hat sich der Großverlag schon von zahlreichen Märkten in Asien und Osteuropa sowie zuletzt aus Spanien und Österreich zurückgezogen. Die Beteiligung in China steht ebenfalls zum Verkauf. Nur in Frankreich will *Gruner+Jahr* weiter aktiv bleiben.

Gruner+Jahr beschränkt sich auf die Märkte in Deutschland und Frankreich.

ProSiebenSat.1 Media Group SE

Die Geschäftszahlen des Unterhaltungskonzerns aus Unterföhring für die ersten neun Monate 2017 können sich, so scheint es, sehen lassen: Der Umsatz lag um 8,3 Prozent höher als im Vorjahr, das EBITDA-Plus betrug sogar 15,5 Prozent (bereinigt immer noch 5,6 Prozent), und der Konzerngewinn ist um 6,4 Prozent auf 331 Millionen Euro gestiegen. Rund 52 Prozent seines Umsatzes erwirtschaftete der Konzern außerhalb des Fernsehgeschäfts.

Die Neunmonatszahlen von P7S1 können sich sehen lassen.

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

	2015	2016	2017	17/16 (%)
Außenumsatz	2.174	2.545	2.755	+ 8,3
- Fernsehen	1.470	1.506	1.490	- 1,1
- Digital Entertainment	228	304	301	- 1,0
- Digital Ventures & Commerce	293	483	683	+ 41,4
- Produktion, Rechtehandel	174	240	261	+ 8,8
Betriebsergebnis (EBITDA)	538	608	702	+ 15,5
Bereinigtes EBITDA	568	626	661	+ 5,6
- Fernsehen	460	479	488	+ 1,9
- Digital Entertainment	23	19	3	- 84,2
- Digital Ventures & Commerce	81	105	139	+ 32,4
- Produktion, Rechtehandel	10	27	35	+ 29,6
Bereinigter Konzerngewinn	271	311	331	+ 6,4
Finanzschulden (30. 9.)	1.953	2.419	1.913	- 20,9

Quelle: Pressemitteilung der ProSiebenSat.1 Media AG vom 3. 11. 2016 und 8. 11. 2017

Betrachtet man nur das dritte Quartal, dann ist die Entwicklung zwar immer noch positiv, aber deutlich flacher als im Neunmonatszeitraum verlaufen: Umsatz plus drei Prozent, EBITDA gleich bleibend, Konzerngewinn plus ein Prozent. Der Unterschied verweist auf die problematische Entwicklung der Konzerngeschäfte seit dem Frühsommer 2017, als das Management erstmals schrumpfende Werbeerlöse im Fernsehen voraussagte und die Prognosen nach unten korrigierte.

Inzwischen hat der Vorstandsvorsitzende Thomas Ebeling seinen vorzeitigen Rücktritt zum Ende Februar 2018 angekündigt. Der Auslöser dafür dürfte die Veröffentlichung einer abfälligen Äußerung über sein Fernsehpublikum (siehe Kasten) gewesen sein, der eigentliche Grund sind aber die unbefriedigenden Geschäftszahlen. Vor allem der sinkende Aktienkurs sorgte für Unwillen bei den „institutionellen Anlegern“. Im November war das Papier zeitweise auf knapp über 25 Euro gerutscht, den schwächsten Kurs seit mehr als vier Jahren.

Besonders ärgern dürften sich die Shareholder darüber, dass es beim direkten Konkurrenten *RTL* offenbar besser läuft. Die Konzernmutter *RTL-Group* in Luxemburg hat ebenso wie *RTL Deutschland* in Köln die Gewinnprognose für 2017 angehoben, *P7S1* musste sie senken. Das Unternehmen aus Unterföhring war außerdem gezwungen, 170 Millionen Euro für überteuert eingekaufte US-Programme abzuschreiben. Auch bei den Zuschauerquoten 2017 haben die *P7S1*-Sender deutlich schlechter abgeschnitten als die der Konkurrenz (siehe Teil 1 dieses Berichts, S. 13).

Die Trendwende soll durch Umstrukturierungen erreicht werden. Mitte November 2017 wurde bekannt, dass *P7S1* mit Finanzinvestoren über einen Einstieg in die Digitalsparte verhandelt. Sie umfasst die medienfernen Angebote, vor allem die Kuppelplattform „Parship“, das Preisvergleichsportal „Verivox“ und den Erotikversand „Amorelie“.

Derweil geht der Abverkauf im Segment Touristik weiter. Im Frühjahr 2017 hatte *P7S1* schon das Flugbuchungsportal „Etraveli“ an den Finanzinvestor *CVC* verkauft und angekündigt, dass man das restliche Reiseportfolio „überprüfen“ wolle. Kurz vor Weihnachten ging dann „Weg.de“ an den Konkurrenten *Lastminute.com*. Das Unternehmen

In einer Telefonkonferenz zu den Quartalszahlen von *P7S1* fragte ein Analyst der Bank *BNP Paribas* Thomas Ebeling nach der Konkurrenz durch neue Anbieter wie Netflix. Ebeling antwortete laut DWDL-Übersetzung: „*All die Hollywood-Blockbuster gibt es auf unseren Sendern und nicht jeder Netflix-Film ist ein Homerun. ... Es gibt Menschen, ein bisschen fettleibig und ein bisschen arm, die immer noch gerne auf dem Sofa sitzen, sich zurücklehnen und gerne unterhalten werden wollen. Das ist eine Kernzielgruppe, die sich nicht ändert.*“ (dwdl.de, 15.11.2017)

Thomas Ebeling tritt vorzeitig ab. Hintergrund sind unbefriedigende Profitaussichten.

Teile der Digitalsparte will P7S1 an Finanzinvestoren verkaufen.

Das Reiseportal „weg.de“ ist verkauft worden.

war erst Anfang 2014 gekauft worden. *P7S1* besitzt nun noch die Pauschalreiseplattformen „Ferien.de“ und „Tropo“. Ihr Verkauf dürfte nur eine Frage der Zeit sein.

Unabhängig davon ist freilich auch Geld für Neuerwerbungen vorhanden. Im vierten Quartal 2017 wurden folgende Geschäfte bekannt; die meisten betreffen Werbefirmen oder Startups:

- Der *ProSiebenSat.1 Accelerator* hat sich am Fintech-Startup *Clinc+* beteiligt.
- *Red Arrow Entertainment* hat die Mehrheit am Filmvertreiber *Gravitas Ventures* gekauft.
- *Verivox* hat *Aboalarm*, einen „Kündigungsservice für Verbraucherverträge“, gekauft.
- *P7S1* hat 42 Prozent von *BuzzBird*, einem Spezialisten für „Influencer-Marketing“, gekauft.
- *P7S1* hat die Mehrheit am Online-Werbespezialisten *Esome Advertising Technologies* gekauft.
- *P7S1* und *Discovery Deutschland* haben eine Gemeinschaftsfirma für Streamingangebote gegründet.
- Anfang Januar 2018 hat *P7S1* den Werbevermarkter *Kairion* gekauft.

Übernahmen und Beteiligungen im vierten Quartal 2017

Axel Springer SE

Bei *Springer* scheint es rund zu laufen: In den ersten neun Monaten 2017 haben der Umsatz um 7 Prozent, das EBITDA um 13 Prozent und der bereinigte Konzerngewinn um 17 Prozent zugenommen. Die Ebitda-Rendite ist von 17,6 auf 18,5 Prozent gewachsen. Das Digitalgeschäft kletterte um 11,7 Prozent nach oben und steuerte 70,6 Prozent zum Konzernumsatz bei. Beim EBITDA kamen sogar 77,1 Prozent aus dem Digitalgeschäft.

Axel Springer: 17 Prozent Wachstum beim Konzerngewinn.

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

	2015	2016	2017	17/16 (%)
Umsatz	2.372,7	2.386,8	2.554,7	+ 7,0
- News Media	1.130,5	1.075,1	1.095,3	+ 1,9
- Classified Media	547,5	645,0	745,3	+ 15,5
- Marketing Media	632,7	610,8	669,5	+ 9,6
- Services/Holding	61,9	55,8	44,6	- 20,1
- Digitale Aktivitäten	1.489,4	1.606,6	1.803,6	+ 11,7
- Werbung	1.484,7	1.583,4	1.776,0	+ 12,2
- Ausland	1.128,3	1.141,4	1.259	+ 10,3
Betriebsergebnis (EBITDA)	396,0	419,0	473,4	+ 13,0
- News Media	151,9	134,0	165,1	+ 23,2
- Classified Media	224,2	261,4	307,6	+ 17,7
- Marketing Media	64,7	57,9	56,3	- 2,8
- Services/Holding	- 44,9	- 34,3	- 55,6	-
Konzerngewinn	257,9	363,4	163,4	- 55,0
Konzerngewinn bereinigt	198,8	208,9	244,4	+ 17,0
Beschäftigte (Durchschnitt)	14.908	15.143	15.745	+ 4,0

Quelle: Pressemitteilung der Axel Springer SE, 3. 11. 2016 und 8. 11. 2017; Quartalsmitteilung 3/17, S. 4-9

Springer geht mit der Zeit, weshalb im November 2017 die Bezeichnungen für die einzelnen Geschäftsfelder geändert worden sind. Statt solcher Retrobegriffe wie Bezahlangebote, Vermarktungsangebote und Rubrikenangebote (sie galten seit Anfang 2014) gibt es jetzt News Media, Marketing Media und Classified Media. Letztere haben am stärksten zum Umsatz- und Gewinnanstieg beigetragen. Aber auch die journalistischen Geschäfte („News Media“) haben sich – anders als in früheren Jahren – positiv entwickelt.

*Neue Namen für die Geschäftsbe-
reiche*

Für Rätselraten unter den Analysten und Unruhe in der Belegschaft sorgt die im Herbst 2017 angekündigte Umstrukturierung des Konzerns. Bei der letzten derartigen Aktion vor vier Jahren waren die bis dahin getrennten Print- und Digitalbereiche zusammengeführt worden. Das sei angesichts der Veränderungen durch Digitalisierung und Internet zwingend, hieß es damals.

*Die angekündigte
Umstrukturie-
rung schürt
Misstrauen.*

Nun soll es wieder getrennte Verlagsbereiche für Gedrucktes und Digitales geben. Zu Print gehören die verbliebenen Zeitungsmarken „Bild“ und „Welt“, sowie „Bilanz“, „Musikexpress“ und einige kleinere Titel. Zum Digitalen sollen „Bild Digital“, „Welt Digital“ sowie die Internetplattformen der Zeitschriften gehören. Wurden bislang die einzelnen „Marken“ in Print und Online gemeinsam vermarktet, so soll das nun wieder getrennt erfolgen.

Mit diesen Maßnahmen wolle man den Printbereich stabilisieren und stärken, erklärte Vorstandschef Mathias Döpfner Anfang November 2017. Wie genau, sagte er nicht. Sein Finanzvorstand Julian Deutz wurde deutlicher: „Wir schauen uns natürlich an, wo wir doppelte Strukturen abbauen können.“ Kostendisziplin bleibe wichtig. Das bedeutet Arbeitsplatzabbau und Arbeitsverdichtung.

Schwerwiegender ist der Verdacht, dass die Aufspaltung dem Zweck dienen könnte, einen Verkauf der restlichen Zeitungen und Zeitschriften zu erleichtern. Dass Döpfner in dieser Hinsicht keinerlei Skrupel kennt, hat er 2013 bewiesen, als die Traditionsmedien „Hamburger Abendblatt“, „Berliner Morgenpost“ und „Hörzu“ zusammen mit anderen Titeln an die *Funke-Gruppe* abgestoßen wurden. Ob die Befürchtungen Wahrheit werden, wird das neue Jahr zeigen.

*Vorbereitung für
den Ausverkauf
der letzten
Printmedien?*

Dass es auch bei *Springer* wieder Veränderungen im Firmenbestand gab, verwundert nicht. Im vierten Quartal 2017 sind folgende Vorgänge bekannt geworden:

- Zusammen mit *Porsche Digital* will *Axel Springer Digital Ventures* einen „Start-up-Accelerator“ (50/50 Prozent) gründen. Man wolle „digitale Geschäftsideen mit hohem Marktpotential unterstützen, die die Chance haben, Branchen zu verändern“. Eine ähnliche Gemeinschaftsfirma betreibt *Springer* schon seit 2013 zusammen mit dem *Plug and Play Tech Center*.
- *Springer* hat sich an einer Finanzierungsrunde für *Group Nine Media* beteiligt, ein Gemeinschaftsunternehmen mit *Discovery* und *Lerer Hippeau*.
- Die Tochterfirma *Axel Springer Teaser Ad* hat von der insolventen *Unister AG* den Onlinevermarkter *Ad Up Technology* gekauft.
- In der Slowakei hat die Gemeinschaftsholding *Ringier Axel Springer Media* ihr Portfolio umgekrempelt: Printmedien wurden verkauft, neue Onlinemedien erworben:
 - Sämtliche Zeitungen und Zeitschriften rund um die „Nový Čas“ wurden abgestoßen;
 - gekauft wurden die Portale „Autobazar.sk“, „TopReality.sk“ und „Aktualne.sk“.Die Deals sollen bis Mitte 2018 abgeschlossen werden.

*Übernahmen und
Beteiligungen im
vierten Quartal
2017*

- *Springer* hat sich am Nachbarschaftsportal *Nextdoor.de* beteiligt. Am Konkurrenten *Nebenan.de* hält *Burda* Anteile.
- Die Springer-Tochter *Immoweb* hat gemeinsam mit *Real Web* 70 Prozent des luxemburgischen Immobilienportals *Immotop.lu* gekauft.
- Die französische Tochterfirma *Aufeminin* hat Mitte November 2017 ihren Anteil an *My Little Paris* von 73,7 auf 91,3 Prozent erhöht.

Drei Wochen nach der letztgenannten Mitteilung hat Springer *Aufeminin* für 286 Millionen Euro an *Télévision Française 1* verkauft. Dieser Schritt kam überraschend, denn das Portal galt als profitabel und passte gut ins Portfolio. *Springer* war dort 2007 groß eingestiegen und hatte seither den Anteil bis auf 78,43 Prozent gebracht. Die *Aufeminin*-Gruppe gehörte zum Geschäftsbereich Vermarktungsangebote bzw. Marketing Media. Sie wurde im *Springer*-Geschäftsbericht 2016 als „der weltweit größte digitale Verlag für Frauen“ angepriesen und ist in 20 Ländern aktiv. In Deutschland gehören u. a. die Plattformen „Gofeminin“, „Onmeda“ und „My Little Box“ dazu. Der Verkaufspreis lag um 70 Millionen Euro höher als die Kosten des Erwerbs; womöglich ist hier eines der Motive für den Verkauf zu suchen.

Das Portal „Aufeminin“ ist verkauft worden.

Mathias Döpfner hat sich selbst ein nettes Weihnachtsgeschenk gemacht: Er verkaufte Mitte Dezember 2017 für 26,2 Millionen Euro Konzernaktien. Sein Anteil am Unternehmen ist damit von 3,1 auf 2,8 Prozent gesunken, sein verbliebenes Aktienpaket ist etwa 250 Millionen Euro wert. Mit dem Verkauf wollte er Schulden tilgen, ließ Döpfner wissen. Womöglich reicht ihm sein Jahresgehalt von 3,4 Millionen Euro fix und 3,8 Millionen variabel sowie 12 Millionen aktienbasiert nicht aus. (Diese Zahlen von DSW/TU München wurden von *Springer* dementiert, aber nicht richtiggestellt.)

Mathias Döpfner hat für 26 Millionen Euro Springeraktien verkauft.

Georg von Holtzbrinck GmbH & Co. KG

Die *Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck* alias *Holtzbrinck Publishing Group* hat Mitte Januar 2018 ihre Geschäftszahlen für 2016 im Bundesanzeiger veröffentlicht. Sie erwecken auf den ersten Blick den Eindruck eines dramatischen Rückgang des Geschäfts: Der Konzernumsatz ist um 14,3 Prozent geschrumpft, das operative Ebitda um 30 Prozent, und das Konzernergebnis (Nettoprofit) lag bei fast Null.

Holtzbrinck-Geschäftszahlen für 2016

Aber die Zahlen sind wenig aussagekräftig. Denn im Frühjahr 2015 waren wesentliche Teile der Wissenschafts- und Bildungssparte ausgegliedert und in das Unternehmen *Springer Nature* (vorher *Springer SBM*) eingebracht worden. Dieses war zusammen mit dem Finanzinvestor *BC Partners* gebildet worden; *Holtzbrinck* hält 53 Prozent (QB 4/16-2, S. 8). Durch diesen Deal war ein Umsatzvolumen von 215 Millionen Euro aus der Konzernrechnung herausgefallen. Es war im 2015er Geschäftsbericht noch enthalten, im Folgejahr nur noch anteilig. Gleichzeitig bedeutet die Mehrheit an *Springer Nature*, der zu den weltweit führenden Wissenschaftsverlagen gehört, eine erhebliche Wertsteigerung für die *VG von Holtzbrinck*.

Die Schaffung von Springer Nature sorgte für einen Umsatz- und Gewinnbruch.

Wirtschaftszahlen der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck (in Millionen Euro)

	2014	2015	2016	16/15 (%)
Umsatz	1.727,1	1.426,6	1.222,6	- 14,3
- Macmillan Publishers	735,6	850,8	888,3	+ 4,4
- Macm. Science & Education	907,2	501,1	278,5	- 44,4
- Holtzbrinck Digital	146,8	93,4	60,0	- 35,8
- Sonstige Unternehmen	13,5	19,7	16,9	- 14,2
- Konsolidierung/Innenumsatz	- 76,0	- 38,4	- 21,1	-
Umsatz nach Ländern				
- Deutschland	346,6	279,4	262,	- 6,2
- Großbritannien	140,6	114,3	103,5	- 9,5
- übriges Europa	201,1	111,8	77,5	- 30,7
- Nordamerika	682,1	747,5	717,4	- 4,0
- Übrige Regionen	356,7	173,6	62,1	- 64,2
Operat. EBITDA, bereinigt	172,1	154,4	108,6	- 29,7
Konzernergebnis	78,3	820,4	1,3	-
Beschäftigte	8.554	5.514	3.949	- 28,4
- darunter Inland	1.601	1.341	1.234	- 8,8

Quelle: Bundesanzeiger, 17. 1. 2018 und frühere

Im Geschäftsbericht wird angegeben, dass der Umsatz – wenn er um die Effekte aus Unternehmensab- und -zugängen bereinigt wird – um 1,8 Prozent gestiegen sei. Das bereinigte EBITDA sei unter den gleichen Voraussetzungen um 10,7 Millionen Euro bzw. um 6,9 Prozent gestiegen. Welche Vermögenswerte in der *Springer-Nature*-Beteiligung liegen, wird sich möglicherweise 2018 zeigen, wenn das Unternehmen an die Börse geht. Im November 2017 waren entsprechende Pläne des Berliner Wissenschaftsverlags bekannt geworden. Man peile einen Börsenwert von 5,5 Milliarden Euro an.

Portfoliobereinigt sind Umsatz und Gewinn gestiegen.

Der Hintergrund dieser Pläne liegt im Geschäftsmodell von Finanzinvestoren. *BC Partners* hatten *Springer SBM* 2013 von anderen Finanzinvestoren gekauft, die übliche Haltefrist für solche Anlagen liegt bei fünf bis sieben Jahren. Deshalb steht der Ausstieg an. Da *Holtzbrinck* nicht in der Lage sein dürfte, die restlichen 47 Prozent zu kaufen, ist ein Teil-Börsengang die Lösung. *BC Partners* wird seine Anteile komplett abstoßen, *Holtzbrinck* vermutlich einen Teil.

Springer Nature peilt für 2018 einen Börsengang an.

Andere Medienunternehmen**Südwestdeutsche Medienholding GmbH**

Der Stuttgarter Pressekonzern hat das Geschäftsjahr 2016 erstmals seit vier Jahren mit einem Umsatzplus abschließen können. Die Erlöse sind um 3,1 Prozent auf 879 Millionen Euro gestiegen und liegen damit knapp über dem Niveau von 2013 (871 Millionen). Das Wachstum geht zu zwei Dritteln auf „strategische Zukäufe“ sowie auf höhere Vertriebs Erlöse und Digitalumsätze zurück. Die Werbeeinnahmen sind gleich geblieben. Die *SWMH* hat 2016 im Durchschnitt 5.838 Menschen beschäftigt, zuzüglich 13.280 Zusteller. Die Zahlen wurden im Januar 2018 im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht.

Umsatzplus und anhaltende Verluste bei der SWMH

Der Jahresabschluss wird durch die anhaltenden Verluste stark eingetrübt. Der Jahresfehlbetrag hat 2016 acht Millionen Euro betragen, im Vorjahr waren es 19,9 Millionen gewesen, 2014 und 2013 mussten 5,4 bzw. 73,1 Millionen Miese verkraftet werden. Durch die Anhäufung der Verlustvorträge weist die Gewinn-und-Verlust-Rechnung für 2016 einen Konzernbilanzverlust von 159,4 Millionen Euro aus (2015: minus 146,7 Millionen).

Schuld am negativen Ergebnis dürften immer noch die Folgekosten der Übernahme des *Süddeutschen Verlags* („Süddeutsche Zeitung“, *Zeitungsgruppe Hof-Coburg-Suhl*, *Fachverlagsgruppe Hüthig*) 2003 und 2007 sein, die größtenteils über Kredite finanziert wurde. Dieser Deal war mit knapp 900 Millionen Euro aus heutiger Sicht übersteuert, die Zinsen liegen weit über dem derzeit üblichen Niveau.

Die SWMH ächzt unter den Lasten der Übernahme des Süddeutschen Verlags.

Zu den Anteilseignern der *SWMH* zählen mit je 47,54 Prozent die Ludwigshafener *Medien-Union* der Verlegerfamilie Schaub und die *Gruppe Württembergischer Verleger*, bei der Eberhard Ebner („Südwest-Presse“ Ulm) „Haupteigner“ ist. Sie müssen weiterhin auf Dividenden verzichten und womöglich erneut mit Gesellschafterdarlehen aus-helfen.

Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH

Die Medienholding der *SPD* hat das Geschäftsjahr 2016 mit einem Nettoprofit (Jahresüberschuss) von 8,2 Millionen Euro abgeschlossen; im Vorjahr waren es 1,9 Millionen gewesen. Auch das Betriebsergebnis (Ebitda) ist von 4,6 auf 7,5 Millionen Euro gestiegen. Aus dem Jahresüberschuss wurden vier Millionen Euro an die Parteikasse der *SPD* überwiesen. Zum Umsatz macht die *DDVG* keine Angaben.

Gewinnsteigerung bei der DDVG – der Umsatz bleibt geheim.

Die Holding ist an etlichen Printmedien beteiligt, darunter „Neue Westfälische“ (100 %), „Sächsische Zeitung“ (40 %), „Frankenpost“ (35 %), „Freies Wort“/„Südthüringer Zeitung“ (30 %), „Neue Presse Coburg“ (30 %), „Nordbayerischer Kurier“ (30 % indirekt), „Öko Test“ (66,7 %). Außerdem hält sie 23,1 Prozent an der *Verlagsgruppe Madsack*, der Nummer vier unter den deutschen Regionalzeitungsverlagen.

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