

# Burda im Höhenflug

## Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft Juli bis September 2018 Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

20. Oktober 2018

### Bertelsmann SE & Co. KGaA

In Gütersloh war man wieder einmal zufrieden mit sich selbst. Der Vorstandsvorsitzende Thomas Rabe ließ wissen: „Bertelsmann ist im ersten Halbjahr 2018 aus eigener Kraft so stark gewachsen wie seit Jahren nicht. Der Ausbau unserer Wachstumsgeschäfte trägt immer deutlicher Früchte. Erfreulich ist besonders, dass sich die in den vergangenen Jahren getätigten Investitionen in unsere Dienstleistungsgeschäfte mehr und mehr auszahlen.“ Finanzvorstand Bernd Hirsch ergänzte: „Bertelsmann verfügt weiterhin über eine solide finanzielle Position. Wir sind für das Gesamtjahr optimistisch und rechnen unverändert mit einem höheren Umsatz sowie einer weiterhin hohen operativen Profitabilität. Unser Konzernergebnis wird erneut die Milliardengrenze übersteigen.“

*Das Bertelsmann-Management ist mit sich zufrieden.*

Der Umsatz ist im ersten Halbjahr 2018 um 1,3 Prozent gestiegen, organisch – das heißt bereinigt um Sondereffekte – waren es 2,4 Prozent. Der operative Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Ebitda) ist allerdings um 1,1 Prozent gesunken, bereinigt hat er stagniert. Dafür werden, ebenso wie beim Umsatz, Wechselkursverluste gegenüber dem US-Dollar als Ursache genannt. Der Nettoprofit („Konzerngewinn“) ist gleich geblieben.

*Umsatzplus bereinigt: 2,4 Prozent*

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

	2016	2017	2018	2018/17 %
Außenumsatz	7.966	8.134	8.237	+ 1,3
- RTL-Group (Fernsehen)	2.878	2.978	3.046	+ 2,3
- Arvato (Technik, Dienstleistungen)	1.857	1.862	2.002	+ 7,5
- Penguin Random House (Bücher)	1.516	1.532	1.482	- 3,3
- Gruner+Jahr (Presse)	777	743	701	- 6,6
- Printing Group (Druck)	816	811	768	- 6,3
- BMG (Musik)	182	233	241	+ 3,3
- Education Group (Bildung)	64	92	111	+ 21,3
- Investments <sup>1)</sup>	-	-	-	-
- Corporate Center/Konsolidierung	- 124	- 117	-	➔

→	2016	2017	2018	2018/17 %
EBITDA (operational)	1.111	1.116	1.120	+ 0,4
- RTL-Group (Fernsehen)	676	624	643	+ 3,0
- Arvato (Technik, Dienstleistungen)	178	145	175	+ 21,1
- Penguin Random House (Bücher)	185	206	171	- 17,0
- Gruner+Jahr (Presse)	52	59	51	- 13,6
- Printing Group (Druck)	49	47	28	- 39,8
- BMG (Musik)	32	40	42	+ 6,0
- Education Group (Bildung)	- 13	- 4	10	
- Investments <sup>1)</sup>	1	- 1	-	-
- Corporate Center/Konsolidierung	- 49	- 17	-	-
EBIT (um Sondereinflüsse bereinigt)	805	805	769	- 4,5
Konzerngewinn	482	502	501	- 0,2
Investitionen	605	643	497	- 22,7
Nettofinanzschulden	2.625	3.479	4.099	+ 17,8
Beschäftigte	114.710	118.541	120.807	+ 1,9

<sup>1)</sup> Die Geschäftsentwicklung von Bertelsmann Investments wird im Wesentlichen auf der Basis des EBIT ermittelt. Dieses betrug im 1. Hj. 45 Mio. Euro (2017: 41 Mio. Euro).

Quelle: Pressemitteilung der Bertelsmann SE & Co. KG a. A., 30. 8. 2018; Halbjahresfinanzbericht 2018, S. 12 f.

Bei den einzelnen Geschäftsbereichen ist die Entwicklung im ersten Halbjahr 2018 unterschiedlich verlaufen.

- Die Fernseh- und Unterhaltungssparte *RTL-Group* (Bertelsmann-Anteil 75,1 Prozent) hat den Umsatz um 2,3 Prozent auf 3,0 Milliarden Euro und das Ebitda um 3,0 Prozent auf 643 Millionen Euro gesteigert. Die Umsatzrendite hat 20,9 Prozent betragen. *RTL Deutschland* konnte das Ebitda um etwa ein Prozent auf 366 Millionen Euro erhöhen.
- Die Dienstleistungssparte *Arvato* hat beim Umsatz und beim Gewinn deutlich zulegen können. Die Sparte *CRM Solutions* (CRM = „Customer Relationship Management“/Kundenpflege) hat wesentlich dazu beigetragen. Sie ist kürzlich in eine Gemeinschaftsfirma mit einem marokkanischen Konkurrenten eingebracht worden (siehe unten).
- Negativ haben sich die Geschäfte beim Buchkonzern *Penguin Random House* (Bertelsmann-Anteil 75 Prozent) und beim Pressekonzern *Gruner+Jahr* entwickelt. Bei *G+J* hat sich vor allem der Rückzug aus Holland und der Verkauf der „Grazia“ an *Klambt* Ende 2017 bemerkbar gemacht; in Deutschland ist das Geschäft stabil geblieben. *Penguin Random House* (die deutsche *VG Random House* wird mitgerechnet) hat „unter anderem wechselkursbedingt“ Einbußen hinnehmen müssen.

*RTL-Umsatzrendite 20,9 Prozent*

*Arvato wächst deutlich*

*Die Umsätze bei Büchern und Presse sind gesunken.*

Die *Verlagsgruppe Random House* hat Ende Juli 2018 einen Knaller gezündet, als sie rückwirkend zum Jahresbeginn 2018 die Übernahme des *Audio-Verlags* (DAV) bekanntgab. Die bisherigen Eigentümer waren der *Spiegel-Verlag* sowie drei ARD-Anstalten (*WDR*, *SWR* und *RBB*). Personalabbau sei nicht geplant, beteuerte man. Mit diesem Coup hat *Bertelsmann* auf das schrumpfende Geschäft mit Audio-Literatur reagiert. Der Konzern hatte 1999 *Random House Audio*

*Bertelsmann hat den Audio-Verlag gekauft.*

gegründet und 2010 den *Hörverlag* übernommen. Nach dem Kauf des *Audio-Verlags* bleibt als einziger ernsthafter Konkurrent in Deutschland nur noch *Hörbuch Hamburg* aus dem Hause *Bonnier*.

Neben dem Deal auf dem Hörbuchmarkt hat *Bertelsmann* im dritten Quartal 2018 seinen neuen Geschäftsbereich *Education Group* mit einer Firmenübernahme vergrößert. Das US-Unternehmen *OnCourse Learning* bietet digitale Fort- und Weiterbildungskurse für Gesundheitswesen und Finanzdienstleistungen an. Es soll in die *Bertelsmann*-Tochter *Relias* integriert werden. Der Kaufpreis wird auf 500 Millionen US-Dollar (433 Mio. Euro) geschätzt.

*Investment in Online-Bildung*

*Arvato* hat, wie schon erwähnt, seine Sparte Kundenpflege (CRM) ausgegliedert und wird sie Anfang 2019 in ein Joint Venture (50/50 Prozent) mit dem marokkanischen Unternehmen *Saham Assurance* einbringen. Zuvor hatte *Bertelsmann* einen Verkauf der Sparte erwogen. Das neue Unternehmen wird etwa 25.000 Beschäftigte in zehn europäischen Ländern und genauso viele in Arabien, Schwarzafrika und Amerika haben. *Arvatos* CRM-Geschäfte in Großbritannien, China und der Türkei werden nicht in die neue Firma integriert. Der Deal muss noch von den zuständigen Behörden genehmigt werden.

*Kundenpflege zusammen mit Marokkanern*

## ProSiebenSat.1 Media SE

Beim Münchener Fernseh- und Unterhaltungskonzern ist das erste Halbjahr 2018 mit negativen Geschäftszahlen abgeschlossen worden. Die Erlöse sanken um vier Prozent, das Ebitda sogar um 14 Prozent. Bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte seien Umsatz und Ebitda allerdings gleich geblieben, betont das Management. Der Nettoprofit lag um 16 Prozent unter dem Vorjahresniveau. Die Nettoverschuldung konnte abgebaut werden, übersteigt aber immer noch die von 2016.

*Die bereinigten Geschäftszahlen zeigen ein gleichbleibendes Niveau.*

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

	2016	2017	2018	2018/17 %
Außenumsatz	1.688	1.872	1.794	- 4
- Entertainment	.	1.286	1.288	0,0
- Content Prod. & Global Sales	.	282	239	- 15
- Commerce	.	370	328	- 11
Betriebsergebnis (EBITDA)	420	421	363	- 14
Bereinigtes EBITDA	424	458	459	0,0
- Entertainment	.	401	417	+ 4
- Content Prod. & Global Sales	.	11	13	+ 28
- Commerce	.	47	29	- 38
Netto-Ergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	203	181	153	- 16
Nettofinanzschulden (30. 6.)	2.005	2.425	2.199	- 9,3

Quelle: Pressemitteilungen der ProSiebenSat.1 Media SE vom 3. 8. 2017 und 2. 8. 2018

Wegen der zwischenzeitlich veränderten Konzernstruktur liegen Geschäftszahlen der einzelnen Sparten nur für 2018 und 2017 vor. Das Segment „Entertainment“ umfasst im Wesentlichen das Fernsehgeschäft (Sat. 1, Pro Sieben, Kabel 1, Sixx, Maxx usw.) und die Investmentgesellschaft *Seven Ventures*; es trägt 72 Prozent

zum Gesamtumsatz bei und ist bei Umsatz und Gewinn stabil geblieben. „Content Production & Global Sales“ besteht hauptsächlich aus dem Filmproduktionskonzern *Red Arrow Studios*. Hier gab es einen Umsatzverlust bei deutlich gestiegenem Gewinn. Währungseffekte und eine starke Konkurrenz auf dem US-Markt drückten nach unten, heißt es, die Übernahme des US-Filmvertriebs *Gravitas* habe positive Effekte erzeugt. Das dritte Segment „Commerce“ umfasst medienferne Internetplattformen wie *Flaconi*, *Parship* oder *Verivox*. Es besteht aus der *NuCom Group*, an der seit Anfang 2018 der Finanzinvestor *General Atlantic* mit gut 25 Prozent beteiligt ist. Hier gab es geschrumpfte Erlöse und Gewinne, weil das Reiseportfolio (Etraveli u. a.) verkauft worden ist. Organisch sei der Umsatz beim „Commerce“ um zehn Prozent gewachsen.

Im Juni 2018 hat *P7S1* angekündigt, gemeinsam mit dem US-Konzern *Discovery* (Liberty Global) eine Streaming-Plattform für Deutschland aufzubauen, die die Mediathek „7TV“, das Videoportal „Maxdome“ und den „Eurosport Player“ integriert. Inzwischen wurde das Vorhaben von den deutschen und österreichischen Kartellbehörden genehmigt. Ziel der Plattform ist es, weitere Partner zu gewinnen und sich als schlagkräftige Konkurrenz gegen *Amazon Prime* und *Netflix* zu etablieren. Ab Mitte 2019 soll das Angebot stehen. Weitere „Partner“ sind eingeladen, mitzumachen. Die *RTL Group* ist allerdings dabei, ihr eigenes Angebot „TV Now“ in ähnlicher Weise auszuweiten und in Stellung zu bringen.

*P7S1 plant zusammen mit Discovery eine Video-Streaming-Plattform.*

## Axel Springer SE

Die Geschäftsentwicklung bei Springer ist im ersten Halbjahr 2018 erfolgreich verlaufen. Der Konzernumsatz hat um 5,9 Prozent über dem Vorjahr gelegen, das Ebitda um 10,8 Prozent und der Nettoprofit (Überschuss) sogar um mehr als die Hälfte. Wenn die Währungseffekte und die Unternehmenskäufe herausgerechnet werden, hat es beim Umsatz einen Zuwachs um 4,3 Prozent und beim Ebitda um 3,7 Prozent gegeben. Beim Nettoprofit gab es bereinigt eine „rote Null“; hier haben der Verkauf der *Aufeminin*-Gruppe und die Übertragung des Konzernsitzes auf den Pensionstreuhandverein für außerordentliche Einnahmen gesorgt.

*Gute Geschäftszahlen fürs erste Halbjahr 2018*

Umsatzstärkstes Segment bleiben mit leichtem Wachstum die „News Media“, bei denen die gedruckten Zeitungen („Bild“, „Welt“ samt Sonntagsausgaben und Ableger) sowie die wenigen verbliebenen Zeitschriften (z. B. „Rolling Stone“, „Musik Express“) enthalten sind. Sie stellen 47 Prozent des Konzernumsatzes und 32 Prozent des Ebitda. Auch die digitalen journalistischen Angebote gehören dazu. „BILDplus“ erreichte im Juni 2018 fast 405.000 zahlende Abonnenten, „WELTplus“ kam auf knapp 81.000. Über die Rentabilität der Portale sagen diese Zahlen allerdings nichts aus. Der „Business Insider“ hat die Gewinnzone erreicht.

*Leichtes Wachstum bei News Media*

Das schnellste Wachstum hat es bei „Classifieds Media“ gegeben, wo die Verkaufs- und Rubrikenportale zusammengefasst sind. Die Erlöse haben um 19,2 Prozent zugelegt, das Ebitda um 11,7 Prozent. Bereinigt ist das Ebitda um 4,9 Prozent gewachsen. Beim Segment „Marketing Media“ ist der Umsatz um vier Prozent geschrumpft, bereinigt ist er um 1,6 Prozent gestiegen. Das Ebitda hat hier um 15,7 Prozent zugelegt, was aber auf Sondereffekte (Erstkonsolidierung von *Bonial*) zurückzuführen ist.

*Die Handelsplattformen wachsen am schnellsten, das Werbesegment schrumpft.*

In der folgenden Tabelle sind die Segmentzahlen von 2016 teilweise mit den nachfolgenden Jahren nicht vergleichbar, weil es interne Umgruppierungen gegeben hat.

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

	2016	2017	2018	2018/17 %
Umsatz	1.585,3	1.474,2	1.560,9	+ 5,9
- News Media	709,0	725,4	732,0	+ 0,9
- Classifieds Media	424,7	491,0	585,2	+ 19,2
- Marketing Media	414,1	227,0	217,8	- 4,0
- Services/Holding	37,5	30,7	25,9	- 15,9
- „Digitale Aktivitäten“	1.057,4	954,5	1.057,7	+ 10,8
- Werbung	1.062,4	966,8	1.058,8	+ 9,5
- Vertrieb	313,2	314,7	294,7	- 6,4
- Ausland	758,9	655,0	705,5	+ 7,7
Betriebsergebnis (EBITDA)	272,9	317,2	354,5	+ 11,7
- News Media	83,0	110,9	113,4	+ 2,3
- Classifieds Media	171,4	199,9	223,3	+ 11,7
- Marketing Media	46,5	40,4	46,7	+ 15,7
- Services/Holding	- 28,0	- 33,9	- 29,0	-
Überschuss	273,2	116,9	185,6	+ 58,7
Überschuss bereinigt	146,2	169,5	169,3	- 0,1
Beschäftigte (Durchschnitt)	14.986	15.664	16.377	+ 4,6

Quelle: Pressemitteilung der Axel Springer SE vom 2. 8. 2017 und 27. 7. 2018; Halbjahresbericht 2018, S. 7 f.

Die Gesamtheit der Umsätze mit „digitalen Aktivitäten“ hat im ersten Halbjahr 2018 um 10,4 Prozent über dem Vorjahr gelegen, bereinigt um 9,4 Prozent. Dieser Bereich, der in den Geschäftsberichten gesondert ausgewiesen wird, stand für 69 Prozent des Konzernumsatzes, für 80 Prozent des bereinigten Ebitda und für 85 Prozent der Werbeerlöse.

*69 Prozent des Konzernumsatzes werden mit Digitalem erwirtschaftet.*

Auch im dritten Quartal 2018 hat sich Springer auf dem „Markt“ für Unternehmenskäufe bedient. Der Konzern hat sich am US-Unternehmen *Zumper*, einer Onlineplattform für Mietwohnungen, beteiligt. Er war Anführer einer Finanzierungsrunde über 46 Millionen US-Dollar (40 Mio. Euro).

Im September 2018 ist Mathias Döpfner in den Verwaltungsrat des Videostreaming-Portals *Netflix* berufen worden. Das ist mehr als ein zusätzlicher Job. Der Verwaltungsrat spielt in US-Unternehmen eine deutlich größere Rolle als deutsche Aufsichtsräte, er bestimmt über die Strategie mit. Ganz offensichtlich will sich *Springer* mit *Netflix* strategisch verbünden.

*Mathias Döpfner ist Verwaltungsrat bei Netflix.*

## Hubert Burda Media Holding KG

*Burda* hat für das vergangene Jahr einen Geschäftsbericht veröffentlicht. Das ist immerhin lobenswert, denn andere vergleichbare Medienkonzerne (*Bauer, Funke, Holtzbrinck*) halten das nicht für erforderlich. Und weil sie die entsprechende Rechtsform gewählt haben (meist eine KG), sind sie dazu auch nicht verpflichtet. Nur im Bundesanzeiger müssen sie irgendwann Zahlen veröffentlichen.

Auch bei *Burda* hat die Publizitätsbereitschaft allerdings Grenzen; zum Profit gibt es keine Angaben. Vorstandschef Paul-Bernhard Kallen verriet immerhin so viel: „Wir sind insgesamt sehr angenehm profitabel“. Die *FAZ* interpretierte diese Aussage am 19. 4. 2018 so, dass die Umsatzrendite bei mindestens 15 Prozent liegen müsse. Der Konzernumsatz hat um 18,4 Prozent zugenommen und einen neuen Rekordwert erreicht. Darauf ist man besonders stolz, weil in den Vorjahren der Umsatz stetig gesunken war. *Burda-News*-Chef Burkhard Graßmann verlautbarte: „Es gibt in Deutschland meines Wissens keinen anderen auf Männerzielgruppen ausgerichteten Verlag, dem es gelungen ist, eine solche Entwicklung ins Positive zu drehen.“

Mit dem internationalen Engagement hat *Burda* 2017 zwei Drittel mehr Erlöst als im Vorjahr. Das ist hauptsächlich auf die Übernahme des britischen Medienkonzerns *Immediate Media* Anfang 2017 zurückzuführen; dieser allein stand für 224 Millionen Euro Umsatz. Bereinigt um die Portfolioeffekte ist der Umsatz international gesunken.

Besonders erfolgreich waren die „Digitalmarken National“, die 52 Prozent des Konzernumsatzes erwirtschafteten. Hierzu zählen das Karrierenetzwerk *Xing* sowie die Onlinehändler *Cyberport* und *Computeruniverse*, aber auch z. B. das Reiseportal *Holiday Check* oder das Ärztebewertungsportal *Jameda*. Die zahlreichen Radio- und Fernsehbeiträge werden ebenfalls mitgerechnet.

Bei den „Medienmarken national“ hat es immerhin ein Wachstum um 1,4 Prozent gegeben. Hier wolle man „die Transformation erfolgreich fortsetzen“ und mit „einer Vielzahl nachhaltiger und lukrativer Geschäftsmodelle über die klassischen Vertriebs- und Anzeigenerlöse hinaus Umsätze in der direkten Interaktion mit den Konsumenten“ erzielen, so Paul-Bernhard Kallen in einem Interview.

Burdas Umsatz 2017 ist um 18,4 Prozent gewachsen.

Besonders erfolgreich sind die „Digitalmarken national“. Auch die „Medienmarken national“ sind leicht gewachsen.

### Wirtschaftszahlen von Hubert Burda Media (in Millionen Euro)

	2014	2015	2016	2017	17/16 (%)
Umsatz	2.455	2.211	2.256	2.672	+ 18,4
davon - Digitalmarken National <sup>1)</sup>	1.314	1.134	1.180	1.403	+ 18,9
- Medienmarken National	649	651	661	670	+ 1,4
- Medienmarken International	330	265	272	455	+ 67,3
- Druck	158	158	134	130	- 3,0
- Sonstige	4	3	9	14	+ 55,6
Personalkosten	527	543	535	657	+ 22,8
Beschäftigte	10.374	10.297	10.440	11.918	+ 14,2

<sup>1)</sup> einschließlich Direktmarketing und Rundfunk

Quelle: Hubert Burda Media, Konzernabschluss 2017, S. 4, 27

Der Burda-Konzern hat im laufenden Jahr über seine Investmentgesellschaft *Burda Principal Investments* (BPI) zwei Beteiligungen in Asien getätigt. Im dritten Quartal gab es ein regelrechtes Kauffeuerwerk. Außerdem wurden Gemeinschaftsfirmen für bestimmte Vorhaben gegründet.

- *BPI* hat sich im März 2018 am Online-Gebrauchtwagenhändler *Carsome* aus Malaysia beteiligt.
- *BPI* hat sich im April 2018 in einer neuen Finanzierungsrunde am Modehändler *Zilingo* in Singapur beteiligt.
- Bei *Vinted*, einem litauischen Onlinehändler für gebrauchte Mode und Accessoires, hat *Burda* eine neue Finanzierungsrunde angeführt.
- Die Bildungsplattform *Skillshare* in New York darf sich ebenfalls über Geld von *Burda* freuen.
- *Immediate Media* hat von den britischen *BBC Studios* die „Food-Medienmarke“ *BBC GoodFood* gekauft.
- Am britischen Online-Blumenhändler *Bloom & Wild* hat *Burda* seinen Anteil erhöht.
- Der *Burda*-Verlag *Blue Ocean Entertainment* hat *Bauers* spanischen Zweig *Bauer Ediciones* gekauft.
- Das Karrierenetzwerk *Xing*, an dem *Burda* die Mehrheit hält, hat die österreichische Plattform für Bewerbungsmanagement *Presreen* gekauft.
- Zusammen mit *ProSiebenSat.1* hat *Burda* im Mai 2018 eine „Kooperation in den Bereichen Content und Sales“ vereinbart. Die schon bestehende gemeinsame Digitalvermarktung will man ausbauen.
- Zusammen mit dem Pharmagroßhändler *Noveda* hat *Burda* im August 2018 ein Joint Venture für die Markteinführung einer Apothekenzeitschrift samt digitaler Umgebung gegründet. Das ist ein direkter Angriff auf den Platzhirsch *Wort & Bild Verlag*, der die „Apotheken Umschau“ herausbringt.

*Burda hat 2018 kräftig Firmen eingekauft.*

*Burda will eine neue Apothekenzeitschrift etablieren.*

## **ARD und ZDF**

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben im vergangenen Jahr genauso viel Geld aus Rundfunkbeiträgen eingenommen wie im Jahr zuvor. Vor dem Hintergrund gestiegener Preise bedeutet das faktisch einen Rückgang der Erlöse. Von den Gesamteinnahmen in Höhe von knapp acht Milliarden Euro gingen 5,6 Milliarden an die *ARD*, zwei Milliarden an das *ZDF*, 228 Millionen an das *Deutschlandradio* und 151 Millionen an die *Landesmedienanstalten*. Die *ARD* gab in früheren Jahren rund 37 Prozent ihrer Einnahmen für die Radiosender aus; solche Angaben sind den aktuellen Jahresberichten des *ARD/ZDF/DR-Beitragservice* nicht mehr zu entnehmen.

*Die Beitragseinnahmen von ARD und ZDF haben stagniert.*

**Erträge der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (in Milliarden Euro)**

Jahr	Hörfunk	Fernsehen	Geb./Beiträge gesamt
2001 <sup>1)</sup>	2,47	4,18	6,65
2005 <sup>1)</sup>	2,66	4,47	7,12
2009 <sup>1)</sup>	2,82	4,76	7,60
2011	2,80	4,71	7,53
2013 <sup>1)</sup>	.	.	7,68
2014	.	.	8,17
2015 <sup>2)</sup>	.	.	8,13
2016	.	.	7,98
2017	.	.	7,97

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

<sup>2)</sup> Beitragssenkung zum 1. 4. 2015

Quelle: ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice, Jahresbericht 2017, S. 10; ebenso frühere Geschäftsberichte der GEZ

**Verteilung der Erträge aus Rundfunkbeiträgen 2017 (in Millionen Euro)**

Empfänger	Gesamt	darunter Landesmedienanstalten
Westdeutscher Rundfunk	1.206,6	31,5
Südwestrundfunk	1.039,9	27,2
Norddeutscher Rundfunk	1.006,1	26,3
Bayerischer Rundfunk	941,7	24,6
Mitteldeutscher Rundfunk	608,8	15,9
Hessischer Rundfunk	431,0	11,3
Rundfunk Berlin-Brandenburg	415,7	10,9
Saarländischer Rundfunk	66,2	1,7
Radio Bremen	44,1	1,2
ARD gesamt	5.760,1	150,6
ZDF	1.986,0	-
Deutschlandradio	228,2	-
Gesamt	7.974,4	

Quelle: Beitragsservice a. a. O., S. 11

Nach Abzug der Gelder für das Deutschlandradio und die Landesmedienanstalten blieben 2017 von den Beitragseinnahmen für ARD und ZDF rund 7,6 Milliarden Euro übrig. Davon wurden noch 100 Millionen für eine Zwangsrücklage abgezogen, die dem Zugriff der Sendeanstalten entzogen ist. Das Beitragsvolumen von ARD und ZDF hat zwischen 2011 und 2017 um 4,2 Prozent bzw. um 0,7 Prozent im Jahresdurchschnitt zugenommen. Das Bruttoinlandsprodukt ist im selben Zeitraum um 20,7 Prozent gestiegen. Der Umsatz beim privaten Rundfunk hat sich zwischen 2011 und 2016 sogar um 27,4 Prozent erhöht und ist auch 2017 weiter gewachsen.



**Finanzvolumen beim Rundfunk (Fernsehen und Radio)**

	2011	2014	2016	2017	Zuwachs (%)
Umsatz ö. r. Rundfunk <sup>1)</sup>	8,6	9,2	9,3	.	8,1
- dar. Gebühren/Beiträge <sup>2)</sup>	7,2	7,7	7,5	7,5	4,2
Umsatz priv. Rundfunk	8,4	9,5	10,7	.	27,4
Bruttoinlandsprodukt (Bio. Euro)	2,7	2,9	3,1	3,3	20,7

<sup>1)</sup> einschließlich Werbung, Sponsoring, Rechteverkauf usw.

<sup>2)</sup> Nach Abzug der Abführungen an die Landesmedienanstalten und das Deutschlandradio sowie für 2014 und 2016 der einbehaltenen Gelder für die Zwangsrücklage

Quelle: Landesmedienanstalten, *Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland, Dezember 2017, S.15, 22, sowie frühere Ausgaben dieser Studien*

Zu den 7,5 Milliarden Euro Beitragseinnahmen kamen noch Zusatzerlöse bei *ARD* und *ZDF* aus Werbung, Sponsoring, Rechteverkauf und anderem. Für 2016 sind diese auf 1,8 Milliarden geschätzt worden, für 2017 sind noch keine Zahlen verfügbar. Solche Einkünfte sind aber nicht verlässlich und können die Finanzplanung nur ergänzen, nicht stützen.

Faktisch hat somit schon die Entwicklung der letzten Jahre die finanzielle Basis der öffentlich-rechtlichen Anstalten geschwächt. Derzeit wird über den Finanzbedarf für die Beitragsperiode 2021 bis 2024 verhandelt. Die Entscheidung liegt bei den Länderparlamenten. Von den Bundesländern kommt die klare Ansage, dass sie den Beitrag nicht erhöhen wollen. Was das bei weiter steigenden Kosten und Preisen sowie tendenziell sinkenden Einnahmen (die Zahl der beitragsfreien Haushalte steigt) bedeutet, muss nicht näher erläutert werden. Offensichtlich wollen die politischen Entscheidungsträger den öffentlich-rechtlichen Rundfunk finanziell austrocknen.

*Die Politik der Bundesländer läuft auf eine finanzielle Austrocknung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hinaus.*

**Andere Medienunternehmen****Bastei Lübbe AG**

Der börsennotierte Buchverlag hat das Geschäftsjahr 2017/18 (31. 3.) mit einem Verlust von sieben Millionen Euro abschließen müssen. Vor Zinsen und Abschreibungen hat der Verlust 16,2 Millionen Euro betragen. Die Ursache waren Wertberichtigungen auf Manuskriptbestände, Millionenabschreibungen bei Tochterfirmen und ein fehlgeschlagenes Computerspiel. Auch das erste Quartal 2018 hat einen Umsatzrückgang um 24 Prozent gebracht.

*Bastei-Lübbe schreibt rote Zahlen.*

Schon im April 2018 hatte das Management unter dem neuen Vorstandsvorsitzenden Carel Halff verkündet, dass 25 von 285 Stellen in der Kölner Zentrale gestrichen werden. Mit einem „Effizienzprogramm“ soll der Verlag „wieder in die Spur gebracht“ werden. Dazu gehörte auch der Verkauf von Tochterfirmen, die nicht zum Kerngeschäft gehören:

*Das „Effizienzprogramm“ kostete 25 Beschäftigte die Stelle.*

- Im März 2018 51 Prozent der *Rackjobber Buchpartner*
- Im August 2018 die Selbstverlags-Plattform *Bookrix* und der E-Buch-Vertreiber *Beam Shop GmbH*
- Bei der *Daedalic Entertainment GmbH* werde ein Verkauf „geprüft“.

## FAZ-Gruppe GmbH

Die *FAZ-Verlagsgruppe* veröffentlicht aus unbekanntem Gründen keine Umsatzzahlen. Auch in der Übersicht zum Geschäftsjahr 2017 (FAZ, 20. 7. 2018) ist das so. Immerhin wird verraten, dass „im operativen Geschäft eine Umsatzrendite in ordentlicher Höhe“ erwirtschaftet worden sei. Die FAZ GmbH habe 2017 ein Ergebnis vor Steuern von 12,2 Millionen Euro erzielt – weniger als 2016. Für 2018 rechnet man mit einem positiven Betriebsergebnis. Das Unternehmen ist binnenfinanziert, es nimmt keine Bankkredite in Anspruch.

*Die FAZ-Gruppe spricht von „ordentlicher“ Rendite.*

Im laufenden Geschäftsjahr werde viel in Technologie investiert. Die *FAZ-Gruppe* verliere zwar, wie fast alle Zeitungsverlage, Leser bei den gedruckten Ausgaben, gleichzeitig steige aber die Zahl der digitalen Leser – sogar stärker als die Printverluste. Das E-Paper der FAZ habe derzeit etwa 45.000 Abonnenten, die gedruckte Ausgabe rund 240.000 Käufer. Die Sonntagszeitung verkauft 252.000 Exemplare gedruckt und 47.000 digital. Ob die Onlineangebote Gewinn abwerfen oder wenigstens keine Verluste erzeugen, wird nicht mitgeteilt.

*Steigende Abonnentenzahlen bei den digitalen Medien*

Erfolgreich seien auch die Nebenmedien, wie das „junge Nachrichtenmagazin“ „FAZ-Woche“, das zweimonatliche „FAZ-Magazin“, die „Frankfurter Allgemeine Woche“, das regionale Wirtschaftsmagazin „Metropol“ und das vierteljährliche „Frankfurter Allgemeine Quarterly“. Des Weiteren wurden neue digitale Medien gestartet: „FAZ Plus“, die Juristen-App „Einspruch“ sowie „Digitec“ für Technik- und Wirtschaftsinteressierte.

*Die FAZ-Nebenmedien sind erfolgreich, heißt es.*

Im März 2018 hat die *Fazit-Stiftung*, der FAZ-Eigentümer, die „Frankfurter Rundschau“, die „Frankfurter Neuen Presse“, die *Societäts-Druckerei* sowie Anzeigenblätter und Vertriebsgesellschaften an den *Ippen-Konzern* verkauft. Dieses Geschäft wird sich positiv in den Zahlen für 2018 niederschlagen.

## Mediengruppe DuMont GmbH & Co. KG

Der Kölner Konzern hat im September 2018 vom *Bundeskartellamt* (BKA) eine Geldbuße von 16 Millionen Euro verhängt bekommen und auch akzeptiert. Hintergrund war eine verbotswidrige Gebietsabsprache mit dem *Bonner General-Anzeiger* aus dem Jahr 2000 und eine Überkreuzbeteiligung von 2005, bei der dem BKA relevante Fakten verschwiegen worden waren, um eine Genehmigung zu erreichen. Der *Bonner General-Anzeiger* erhielt keine Geldbuße, weil er mittlerweile zur *Rheinische-Post-Gruppe* gehört.

*DuMont muss 16 Millionen Euro Strafe zahlen.*

Die Geldbuße dürfte schmerzhaft gewesen sein, weil *DuMont* gerade dabei ist, sich aus der Krise von 2013/14 zu erholen. Im Geschäftsjahr 2017 war der Umsatz um vier Prozent auf 615 Millionen Euro gestiegen, das bereinigte Ebitda lag um 7,5 Prozent über dem Vorjahreswert. Das Konzernergebnis verdoppelte sich von 3,2 auf 6,5 Millionen Euro. Auch die Beschäftigtenzahl erhöhte sich um 4,5 Prozent auf 3.930.

*DuMont ist 2017 gewachsen.*

## Kirch Media

Die *Kirch-Gruppe* war zwar schon 2002 bankrott, und der ehemalige Medienmogul Leo Kirch ist 2011 gestorben, aber das Unternehmen geisterte als nicht abgeschlossener Insolvenzfall und als Gegenstand von Schadensersatzprozessen umher. Nun aber scheint der Vorgang ein Ende gefunden zu haben, denn Ende Juli 2018 hatte das Amtsgericht München der so genannten Schlussverteilung

*Die Kirch-Insolvenz ist nach 16 Jahren abgeschlossen.*

zugestimmt. Ende September haben die Gläubiger die letzte Zahlung erhalten. Mit der formalen Aufhebung des Insolvenzverfahrens wird bis Jahresende gerechnet.

Zum *Kirch-Imperium* gehörten u. a. die Senderkette *ProSiebenSat. 1*, die Bezahlfernsehplattform *Premiere* (heute *Sky*), der Filmhändler *Beta Film*, die Agentur *Kirch Sport* und viele andere Tochter-, Enkel- und Urenkelfirmen. Am *Axel-Springer-Konzern* hielt Kirch gut 40 Prozent der Anteile. Im Gefolge des Zusammenbruchs waren Gläubigerforderungen über rund fünf Milliarden Euro amtlich festgestellt worden. Die Zahlungen des Insolvenzverwalters summierten sich in 13 Zahlungsrounds auf knapp zwei Milliarden Euro.

Leo Kirch hatte seinen undurchsichtigen Konzern durch waghalsige Finanzmanöver in den Ruin getrieben. Zum Schluss hatte er bei einem Konzernumsatz von 4,2 Milliarden Euro Schulden von 6,5 Milliarden Euro angehäuft. Zu den prominenten Gläubigern hatten Rupert Murdoch, Silvio Berlusconi und der Saudi-Prinz Al-Waleed gehört, die *Bayerische Landesbank* hatte Kirch in letzter Minute noch mit einem Großkredit unter die Arme gegriffen. In einem erbitterten Streit mit der *Deutschen Bank* hatten zuerst Leo Kirch und dann seine Erben 2014 eine Schadensersatzsumme von 925 Millionen Euro erreicht.

*Die testierten Gläubigerforderungen wurden zu 40 Prozent erfüllt.*

---

**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