

# Friede Springer ordnet ihr Erbe

Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft Oktober bis Dezember 2018  
Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

21. Januar 2019

Deutsche Medienaktien sind in der zweiten Jahreshälfte 2018 auf Talfahrt gegangen und haben diese bis zum Jahresende nicht gestoppt. Das betrifft zwar nur wenige Unternehmen, weil die meisten als GmbHs oder KGs geführt werden und nicht börsennotiert sind. Diejenigen aber, deren Papiere frei gehandelt werden, bewegten sich seit Sommer fast kontinuierlich nach unten und haben ihren Besitzern kräftige Kursverluste gebracht. Im Vergleich zum Jahresbeginn 2018 haben die Aktien von *Axel Springer* 25 Prozent verloren, der Werbekonzern *Ströer* 31 Prozent, die *RTL-Group* 31,5 Prozent und die *ProSiebenSat.1-Gruppe* sogar 47 Prozent. Verglichen mit den jeweiligen Höchstkursen hat das Minus 36, 36, 60 und 76 Prozent betragen. Damit liegen die Verluste noch deutlich über denen des MDax insgesamt, der zum Jahresende ein Minus von 18 Prozent gemeldet hat.

*Seit Sommer 2018 befinden sich deutsche Medienaktien auf Talfahrt.*

Wenig Trost dürfte der Umstand bieten, dass auch die Börsenparty der globalen Internetkonzerne vorbei zu sein scheint. Seit dem Spätsommer 2018 haben die Papiere der so genannten FAANG-Gruppe (Facebook, Apple, Amazon, Netflix, Google) und vergleichbarer Konzerne einen regelrechten Kurssturz erlebt. *Apples* Aktien haben um sieben Prozent nachgegeben, die von *Facebook* um 24 Prozent und die der chinesischen Onlinestars *Alibaba* und *Tencent* um 20 bzw. 25 Prozent. Zwar gibt es auch Gegenbeispiele: *Microsoft-Papiere* lagen Ende 2018 um 18 Prozent über dem Kurs vom Jahresbeginn, *Amazon* um 26 Prozent und *Netflix* sogar um 32 Prozent. Aber auch bei diesen Unternehmen hat das vierte Quartal 2018 einen deutlichen Kursrutsch gebracht, nur war der vorherige Anstieg noch stärker gewesen.

*Auch die globalen Internetkonzerne müssen herbe Kursverluste hinnehmen.*

## Bertelsmann SE & Co. KGaA

In den ersten neun Monaten des abgelaufenen Jahres hat der deutsche Branchenführer seinen Umsatz um 2,4 Prozent steigern können. Das „organische Wachstum“ (ohne Sondereffekte) habe 2,6 Prozent betragen, heißt es. Die Kennziffern für den Profit haben sich allerdings durchwegs negativ entwickelt, der Konzerngewinn (Nettoprofit) lag 3,3 Prozent unter dem Vorjahresniveau. Das Management macht dafür Wechselkurseffekte verantwortlich; ohne diese sei der operationale Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) um ein Prozent gewachsen.

*Umsatzwachstum und gesunkene Profite*

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

	2016	2017	2018	18/17 (%)
Umsatz	11.963	12.119	12.407	+ 2,4
EBITDA (operational)	1.633	1.639	1.624	- 0,9
EBIT	1.094	1.127	1.088	- 3,5
Konzerngewinn	652	694	671	- 3,3
Investitionen	884	949	726	- 23,5

Quelle: Pressemitteilung der Bertelsmann SE & Co. KGaA, 9. 11. 2017 und 8. 11. 2018

Neuerdings nennt der Konzern eigene Zahlen für die „Wachstumsplattformen“, zu denen u. a. die Digitalgeschäfte von *RTL* und *Gruner+Jahr*, *BMG*, *Arvato*, die *Education Group* und „Finanzdienstleistungsaktivitäten“ gezählt werden. Die Wachstumsplattformen seien von Januar bis September 2018 um zehn Prozent auf 4,2 Milliarden Euro gewachsen. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass 8,2 Milliarden Euro aus Nicht-Wachstumsbereichen gekommen sind. Dazu zählen dann wohl die analogen Medien Fernsehen, Zeitschriften, Bücher und die Druckereien. Zahlen zu den einzelnen Geschäftsbereichen veröffentlicht *Bertelsmann* im dritten Quartal nicht.

*Ein Drittel des Umsatzes stammt von „Wachstumsplattformen“.*

Die *RTL-Group* (Bertelsmann-Anteil 75,1 Prozent) muss als börsennotiertes Unternehmen eigene Geschäftszahlen veröffentlichen. Stagnierende Fernseh-Werbeinnahmen haben Spuren hinterlassen: Der Umsatz der gesamten Gruppe ist zwar in den ersten neun Monaten 2018 um 2,7 Prozent auf rund 4,5 Milliarden Euro gestiegen, das operative EBITDA stagnierte aber bei 889 Millionen Euro. Anders als in früheren Jahren war dafür *RTL Deutschland* hauptverantwortlich, wo das EBITDA um 2,6 Prozent rückläufig war und 484 Millionen Euro erreichte.

*RTL Deutschland schwächelt.*

*Bertelsmann* hat im vierten Quartal 2018 vorwiegend durch Portfolioveränderungen für Meldungen gesorgt. Folgende An- und Verkäufe sind bekannt geworden:

- Der Belletristikonzern *Penguin Random House* (75 Prozent Bertelsmann) hat seinen Anteil an der brasilianischen *Companhia das Letras* auf 70 Prozent erhöht.
- Der Fonds *Bertelsmann Asia Investments* hat sich an der chinesischen Musikplattform *Net Ease Cloud Music* beteiligt.
- Die *RTL Group* hat das Berliner „Multi-Plattform-Netzwerk“ *Divimove* komplett übernommen (bislang 51 Prozent).
- *Gruner+Jahr* hat zwei Onlinehändler abgestoßen: Die Geschenkeplattform „Dana-to“ ist verkauft worden, der Feinkosthändler „Delinero“ wurde wegen zu geringer Nachfrage geschlossen. Ein Teil der Beschäftigten habe Aufhebungsverträge erhalten, wurde von der Unternehmensleitung mitgeteilt.

*Käufe und Verkäufe von Unternehmensbeteiligungen im vierten Quartal 2018*

- Die *Arvato* AG will ihre Callcenter in Halle, Magdeburg und Cottbus mit etwa 700 Beschäftigten an den englischen Betreiber *Capita* verkaufen. Die Niederlassungen in Dresden, Leipzig, Gera und Suhl mit rund 290 Beschäftigten sollen bis Mitte 2019 geschlossen werden.
- Der französische Bezahlsender *M6* (RTL Group) hat seine Aktienmehrheit am Fußballklub *Girondins Bordeaux* an einen US-Investor verkauft.
- Der Verlag *Motor Presse Stuttgart* (mehrheitlich Gruner+Jahr) hat ihren spanischen Ableger *Motorpress Ibérica* verkauft.

Für die nähere Zukunft hat das *Bertelsmann*-Management Investitionen in „Wachstumsregionen“ angekündigt. Dazu werden neben China, Indien und Brasilien auch andere Länder in Lateinamerika, Südostasien und Afrika gerechnet. Das ergab die dritte „Growth Regions Conference“ in Rio de Janeiro Anfang November 2018. In den genannten Regionen steige die Nachfrage nach Kreativ- und Bildungsangeboten. Diesen Bedarf wolle man decken, so Konzernchef Thomas Rabe.

*Bertelsmann will sich in „Wachstumsregionen“ ausbreiten.*

## ProSiebenSat.1 Media Group SE

„Pro Sieben Sat 1 schockiert die Börse“ lautete eine Überschrift in der FAZ vom 9. 11. 2018. Hintergrund: Der Aktienkurs des Konzerns war auf den tiefsten Stand seit mehr als sechs Jahren gesunken, weil der Vorstand einen Umsatzverlust für 2018 im niedrigen einstelligen Prozentbereich und eine Kürzung der Dividende angekündigt hatte. Der Umsatzrückgang gelte allerdings nur wegen der Entkonsolidierung der Tochterfirmen *Maxdome*, *7NXT* und *Tropo* (inzwischen verkauft); bereinigt werde der Umsatz leicht zunehmen, versicherte der neue Vorstandsvorsitzende Max Conze.

*P7S1 hat für 2018 einen Umsatzrückgang angekündigt.*

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

	2016	2017	2018	18/17 (%)
Außenumsatz	2.545	2.755	2.685	- 2,5
- Entertainment	.	1.824	1.799	- 1,4
- Content Prod. & Global Sales	.	375	361	- 3,7
- Commerce	.	556	525	- 5,6
Betriebsergebnis (EBITDA)	608	702	550	- 21,6
Bereinigtes EBITDA	626	661	634	- 4,1
- Entertainment	.	565	567	+ 0,4
- Content Prod. & Global Sales	.	20	19	- 5,0
- Commerce	.	77	48	- 37,7
Bereinigter Konzerngewinn	311	331	305	- 7,9
Finanzschulden (30. 9.)	2.419	1.865	2.189	+ 17,4

Quelle: Pressemitteilung der ProSiebenSat.1 Media AG vom 8. 11. 2017 und 7. 11. 2018

In den ersten neun Monaten des abgelaufenen Jahres hat *P7S1* 2,5 Prozent weniger umgesetzt als 2017, das EBITDA lag sogar um 21,6 Prozent darunter (bereinigt minus vier Prozent). Der Nettoprofit ging um 7,9 Prozent zurück. Der Unternehmensbereich Entertainment hat noch am besten abgeschnitten, die größten Verluste gab es beim E-Commerce. Wegen einer Umstrukturierung des Konzerns sind die Geschäftszahlen von 2016 teilweise nicht mit denen der Folgejahre vergleichbar.

*Die Neunmonatsbilanz wird von Minuszeichen beherrscht.*

Im Bereich Entertainment sind im Wesentlichen die Fernsehsender (Pro Sieben, Sat.1, Kabel 1, Sixx usw.) und das Videogeschäft (Maxdome) zusammengeführt. Unter Content Production & Global Sales findet sich der internationale Filmproduzent *Red Arrow Studios*. Der Bereich Commerce firmiert unter dem Namen *NuCom Group*. Er wurde ausgegliedert und zu 25,1 Prozent an den Finanzinvestor *General Atlantic* verkauft. Hier finden sich allerlei Onlineplattformen zur Partnervermittlung (Parship), Verbraucherberatung (Verivox), Gutscheine (mydays) und Lifestyle (Flaconi).

Um wirtschaftlich wieder nach vorne zu kommen, will das P7S1-Management 80 Millionen Euro in Eigenproduktionen der Spitzensender „Sat.1“ und „Pro Sieben“ investieren. Dass dadurch der Gewinn im Entertainment-Bereich sinken wird, nimmt man in Kauf. Dieses Vorhaben wurde Mitte November 2018 auf dem „Capital Markets Day“ verkündet. In den kommenden fünf Jahren will man den Konzernumsatz um die Hälfte auf sechs Milliarden Euro steigern, das EBITDA soll 1,5 Milliarden Euro umfassen und damit um ein Drittel höher als jetzt liegen.

*P7S1 will 80 Millionen Euro in Eigenproduktionen stecken.*

Das sind hehre Ziele, denn die Talfahrt des P7S1-Börsenkurses bringt das Unternehmen in die Gefahr einer feindlichen Übernahme. In der FAZ wurde am 11. 1. 2019 spekuliert, dass Investoren und Hedgefonds die Situation nutzen könnten, um sich einen strategischen Anteil zusammenzukaufen. Schließlich sei P7S1 momentan nur 3,7 Milliarden Euro wert. Spekulanten würden den Konzern zerschlagen und die Teile getrennt mit Profit weiterverkaufen. Ein alternatives Szenario sei die Übernahme durch *Axel Springer*. Das hierzu formulierte Dementi fiel lau aus.

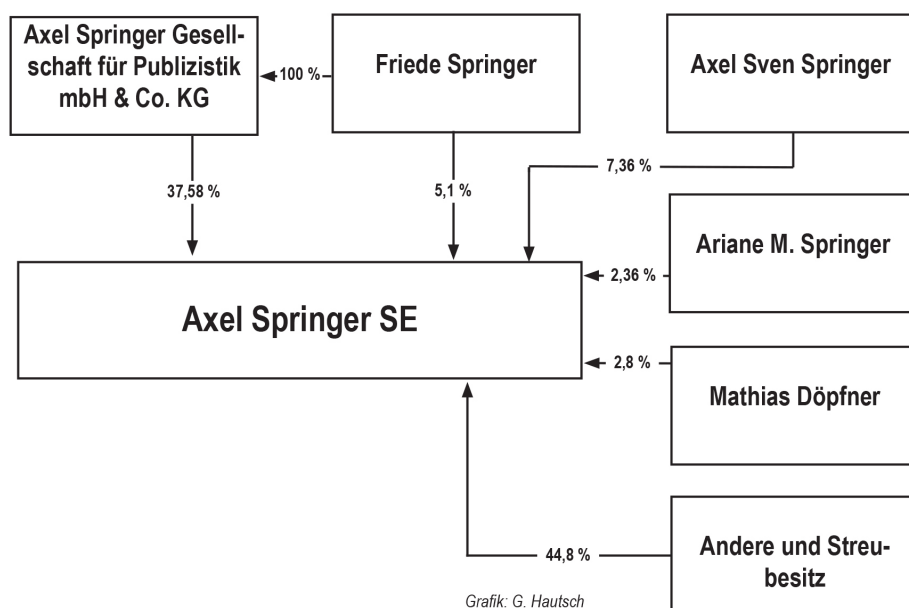
*Droht bei P7S1 eine feindliche Übernahme?*

## Axel Springer SE

Ende November 2018 sind die Eigentumsverhältnisse an der Spitze des *Springer*-Konzerns neu geordnet worden. Bislang hatten 47,3 Prozent der Aktien einer *Axel Springer Gesellschaft für Publizistik (ASGP)* gehört. Diese wiederum befand sich zu 90 Prozent im Besitz von Friede Springer, der Witwe des Konzerngründers; 10 Prozent gehörten dessen Enkeln Axel Sven und Ariane Springer. Außerdem besitzen Friede Springer 5,1 Prozent und der Vorstandsvorsitzende Mathias Döpfner 2,8 Prozent der Konzernaktien, der Rest liegt bei institutionellen Anlegern und im Streubesitz.

*Anteilstausch zwischen Friede Springer und den Verlegereinkeln.*

Die beiden Springer-Enkel hatten jahrelang mit ihrer Stiefgroßmutter um das Erbe prozessiert und verloren. Nunmehr haben sie ihre Anteile an der ASGP gegen Konzernaktien getauscht: Axel Sven erhält 7,36 Prozent, Ariane 2,36 Prozent. Die ASGP gehört Friede Springer künftig allein, deren Anteil am Konzern verringert sich aber von 47,3 auf 37,58 Prozent.



Grafik: G. Hautsch

Erstaunlich an der Umstrukturierung ist es, dass auf den ersten Blick die wirtschaftliche Position der Verlegerwitwe im Konzern geschwächt wird. Bislang kontrollierte sie über die ASGP und ihre eigenen Aktien eine Kapitalmehrheit, jetzt nicht mehr. Allerdings konnten die Enkel bestimmte Entscheidungen der Gesellschaft behindern, jetzt herrscht dort Friede Springer allein. In der Zeitschrift „Horizont“ (30. 11. 2018) wurde dargelegt, wie vermutlich die dahinter stehenden Überlegungen aussehen. Bei keiner Hauptversammlung ist das stimmberechtigte Kapital vollständig anwesend. Wenn nur zwölf Prozent fehlen, haben Friede Springer und Mathias Döpfner zusammen eine Mehrheit. (Döpfners Anteile waren ein Geschenk Springers; beide haben eine gemeinsame und einvernehmliche Nutzung vereinbart.)

Die Neuregelung beantwortet allerdings noch nicht die Frage nach dem künftigen Erbe der Verlegerwitwe. Im schon zitierten „Horizont“-Beitrag wird vermutet, dass eine Stiftungskonstruktion nach dem Vorbild des *Bosch*-Konzerns geplant ist. Eine noch zu gründende „gemeinnützige“ Obergesellschaft würde die Anteile der ASGP und von Friede Springer übernehmen. Aus den Dividenden würde sie die schon bestehenden *Friede-Springer-Stiftung*, *Friede-Springer-Herz-Stiftung* und *Axel-Springer-Stiftung* finanzieren. Als Leiter der Obergesellschaft bietet sich Mathias Döpfner an.

*Wird es bei Springer eine Stiftungskonstruktion geben?*

Der Kaufwert der Aktienpakete beziffert sich (Stand Ende November 2018, Kurs 55,50 Euro) so: Friede Springer 2.582 Millionen Euro, Axel Sven Springer 443 Millionen Euro, Mathias Döpfner 169 Millionen Euro, Ariane Springer 142 Millionen Euro.

Derweil laufen die Geschäfte bei *Springer* nicht schlecht. Die ersten neun Monate 2018 haben einen Umsatzzuwachs um 4,7 Prozent gebracht, konsolidierungs- und währungsbereinigt waren es 3,6 Prozent plus.

*Die Neunmonatszahlen von Springer können sich sehen lassen.*

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

	2016	2017	2018	18/17 (%)
Umsatz	2.386,8	2.222,0	2.326,0	+ 4,7
- News Media	1.075,1	1.095,3	1.089,6	- 0,5
- Classifieds Media	645,0	745,3	890,2	+ 19,4
- Marketing Media	610,8	336,8	306,8	- 8,9
- Services/Holding	55,8	44,6	39,3	- 11,8
- Digitale Aktivitäten	606,6	1.438,3	1.582,0	+ 10,0
- Werbung	1.583,4	1.443,4	1.569,1	+ 8,7
- Ausland	1.141,4	970,7	1.038,3	+ 7,0
Betriebsergebnis (EBITDA)	419,0	473,4	441,4	+ 14,4
- News Media	134,0	165,1	165,1	0,0
- Classifieds Media	261,4	307,6	353,3	+ 15,0
- Marketing Media	57,9	56,3	62,7	+ 11,4
- Services/Holding	- 34,3	- 55,6	- 39,9	-
Konzerngewinn	363,4	163,4	247,4	+ 51,4
Konzerngewinn bereinigt	208,9	244,4	256,7	+ 5,0
Beschäftigte (Durchschnitt)	15.143	15.745	16.367	+ 3,9

Quelle: Pressemitteilung der Axel Springer SE, 8. 11. 2017 und 7. 11. 2018; Quartalsmitteilung 3/18, S. 2 ff.

Das Umsatzwachstum gilt allerdings nur, nachdem diverse Verkäufe von Tochterfirmen herausgerechnet worden sind, wobei die französische *Aufeminin*-Gruppe hervorsteht. Auf diese Weise ist der Neunmonatsumsatz 2017 von 2,55 Milliarden Euro auf 2,22 Milliarden heruntergerechnet worden. Verglichen mit der Ursprungszahl wären die Erlöse 2018 um neun Prozent gesunken. Auch bei anderen Kennziffern (Auslandsumsatz, Werbeerlöse) sind die 2017er Zahlen gegenüber dem Bericht im

Vorjahr nach unten korrigiert worden. Darüber hinaus hat Springer neue Rechnungslegungsstandards angewandt. Dadurch wird der Vergleich zwischen 2017 und 2016 verzerrt.

*Springers* wichtigste Medienmarken auf dem deutschen Markt sind „Bild“ und „Welt“. Sie bilden den Kern des Unternehmensbereichs „News Media“. Hier hat es in den ersten neun Monaten des abgelaufenen Jahres einen Umsatzrückgang um 0,5 Prozent und ein stagnierendes EBITDA gegeben. Deutlich schlechter ist das nationale News-Media-Geschäft gelaufen: Der Umsatz ist hier um 3,4 Prozent auf 782 Millionen Euro eingebrochen. Dafür war ein Rückgang um 6,8 Prozent bei den Vertriebs Erlösen wegen geschrumpfter Druckauflagen verantwortlich. Die Werbeerlöse haben um 1,4 Prozent abgenommen. Im Ergebnis ist auf dem deutschen Markt das bereinigte EBITDA aus journalistischen Medien um 10,8 Prozent gesunken.

*Das Geschäft mit „News Media“ läuft in Deutschland unrund.*

Als Reaktion darauf soll der Digitalanteil der Bild- und Welt-Angebote kräftig gesteigert werden. Er liegt in Deutschland gegenwärtig bei 26 Prozent. Finanzchef Julian Deutz verwies bei der Pressekonferenz zum Neunmonatsbericht auf die internationalen *Springer*-Angebote, bei denen der Digitalbereich zwei Drittel umfasse. Was das für die Springerschen Printmedien bedeutet, blieb unklar. Ein Signal könnte die Einstellung der „Fußball Bild“ Ende 2018 sein. Die tägliche Kickerzeitung war Anfang 2017 gestartet worden. Ihre Auflage wurde nur zusammen mit der des Mutterblatts „Bild“ genannt.

*Der Digitalumsatz bei „Bild“ und „Welt“ soll steigen.*

*„Fußball Bild“ ist eingestellt worden.*

Ins Bild passt auch die Entscheidung, die Bayern-Seiten der „Welt am Sonntag“ zu streichen und die Münchener Redaktion mit vier Beschäftigten und zahlreichen Pauschalisten zu schließen.

Die kostenpflichtigen digitalen Nachrichtenseiten „Bild Plus“ und „Welt Plus“ haben derweil für Oktober 2018 mehr als 500.000 Abonnenten gemeldet (davon 83.574 bei „Welt Plus“). Über die Rentabilität der Angebote wird damit allerdings nichts ausgesagt.

## Georg von Holtzbrinck GmbH & Co. KG

Die *Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck* alias *Holtzbrinck Publishing Group* (HPG) hat im November 2018 ihre Geschäftszahlen für 2017 im *Bundesanzeiger* veröffentlicht. Der Konzernumsatz hat um 16,8 Prozent zugenommen und das operative EBITDA um 26,4 Prozent, das Konzernergebnis (Nettoprofit) lag allerdings um zwei Millionen Euro unter dem Vorjahreswert. Der Umsatzzuwachs ist vorwiegend durch die Erstkonsolidierung der *Zeit-Verlagsgruppe* bewirkt worden; portfoliobereinigt hat es eine Steigerung um 2,9 Prozent gegeben.

*Umsatzzuwachs und gesunkener Nettoprofit bei Holtzbrinck*

Seit Anfang 2017 hat die *VG von Holtzbrinck* die unternehmerische Kontrolle über die *Zeit-Verlagsgruppe* erlangt. Das geschah in Erfüllung eines Gesellschaftervertrags mit der *Dieter von Holtzbrinck Medien GmbH* aus dem Jahr 2009, als diese sich von der *VG Holtzbrinck* abspaltete. Zwar halten beide Unternehmen weiterhin je 50 Prozent der Anteile an der *Zeit-Gruppe*, sie wird jetzt aber voll in den Jahresabschluss der *HPG* einbezogen. Zur *Zeit-Gruppe* gehören die namensgebende Wochenzeitung und diverse Ableger („Zeit Wissen“, „Zeit Campus“ u. a.). Sie trug 200,5 Millionen Euro zum Umsatz und 15,5 Millionen Euro zum Konzernergebnis des Jahres 2017 bei.

*Die VG von Holtzbrinck hat die unternehmerische Führung bei der Zeit-Gruppe übernommen.*

**Wirtschaftszahlen der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck (in Millionen Euro)**

	2015	2016	2017	17/16 (%)
Umsatz	1.426,6	1.222,6	1.427,7	+ 16,8
- <i>Macmillan Publishers</i>	850,8	888,3	917,1	+ 3,2
- <i>Macm. Science &amp; Education</i>	501,1	278,5	247,9	- 11,0
- <i>Holtzbrinck Digital</i>	93,4	60,0	280,8	> 100
- <i>Sonstige Unternehmen</i>	19,7	16,9	3,0	- 82,2
- <i>Konsolidierung/Innenumsatz</i>	- 38,4	- 21,1	- 21,1	0,0
Umsatz nach Ländern				
- <i>Deutschland</i>	279,4	262,1	434,7	+ 65,9
- <i>Großbritannien</i>	114,3	103,5	101,8	- 1,6
- <i>übriges Europa</i>	111,8	77,5	72,6	- 6,3
- <i>Nordamerika</i>	747,5	717,4	746,0	- 4,0
- <i>Übrige Regionen</i>	173,6	62,1	72,6	+ 16,9
Operat. EBITDA, bereinigt	154,4	108,6	137,3	+ 26,4
Konzernergebnis	820,4	1,3	1,1	- 15,4
Beschäftigte	5.514	3.949	4.816	+ 22,0
- darunter Inland	1.341	1.234	1.929	+ 56,3

Quelle: Bundesanzeiger, 17. 1. 2018 und 13. 11. 2018

Der Anteil der mit Onlinemedien erzielten Umsätze an den Gesamterlösen hat 2017 konzernweit 22,8 Prozent betragen – gegenüber 23,2 Prozent 2016. Für den Rückgang werden u. a. gesunkene E-Buch-Umsätze bei *Macmillan Publishers* als Ursache genannt. Die deutschen Buchverlage (S. Fischer, Rowohlt, Droemer Knauer u. a.) haben 5,2 Prozent weniger umgesetzt.

*Rückläufige  
Digitalumsätze*

Die *HPG* nennt für Ende 2017 eine Eigenkapitalquote von 73,4 Prozent, was „finanziell gesund“ sei. Der Tochterkonzern *Springer Nature*, eine Gemeinschaftsfirma mit dem Finanzinvestor *BC Partners*, wird darin allerdings nicht berücksichtigt. Sie ist in einem „getrennten Finanzierungskreis hauptsächlich durch Fremdkapital finanziert“, heißt es im Geschäftsbericht.

Im Frühjahr 2015 hatte die *HPG* wesentliche Teile ihrer Wissenschafts- und Bildungssparte ausgegliedert und in das neu gebildete Unternehmen *Springer Nature* integriert. Dieses war zusammen mit dem Finanzinvestor *BC Partners* gebildet worden, der den Wissenschaftsverlag *Springer SBM* einbrachte; *Holtzbrinck* hält 53 Prozent an dem Joint Venture. Es sollte eigentlich im Mai 2018 an die Börse gebracht werden, was aber scheiterte: Wegen schwacher Nachfrage nach den neuen Aktien wurde der Börsengang einen Tag vor der Erstnotiz abgeblasen (QB 2/18-2, S. 5 f.). Auf diesen Vorgang wird in dem Geschäftsbericht von *Holtzbrinck* nicht eingegangen. Auch die Perspektive von *Springer Nature* ist dort kein Thema, obwohl sie 2019 auf der Tagesordnung stehen wird. *BC Partners* wollen ihre Anteile veräußern, *Holtzbrinck* wird finanziell nicht in der Lage sein, sie zu übernehmen.

*Der geplatzte  
Börsengang von  
Springer Nature  
bedeutet eine  
schwere Bürde  
für 2019.*

## Andere Medienunternehmen

### ARD und ZDF

Bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten geht der Kampf um die Sicherung der finanziellen Grundlagen in eine neue Runde. Der Rundfunkbeitrag von 17,50 Euro monatlich pro Haushalt ist bis einschließlich 2020 festgeschrieben, über seine Höhe in der Zeit danach entscheiden die Bundesländer. Anfang Dezember 2018 haben die Ministerpräsidenten in Berlin darüber diskutiert. Nach der Konferenz hatte es zunächst geheißt, dass sie sich erneut ohne Entscheidung vertagt hätten. Zwei Wochen später wurde dann allerdings bekannt, dass sie sich im Grundsatz wohl doch geeinigt haben: Der Beitrag solle für 2021 und 2022 nur geringfügig auf 18 Euro gesteigert und danach an die Inflationsrate gekoppelt werden.

*Die Landesregierungen wollen offenbar den Rundfunkbeitrag bei 18 Euro deckeln.*

In der laufenden und der vorangegangenen Beitragsperiode ist die finanzielle Basis von *ARD* und *ZDF* durch eine Beitragssenkung und eine Zwangsrücklage geschmälert worden: Die Einnahmen stiegen um 0,7 Prozent im Jahresdurchschnitt, während das Bruttoinlandsprodukt fünfmal so stark zugenommen hat (QB 3/18-2, S.7 ff.). Seit kurzem dürfen die Anstalten die Zwangsrücklage auflösen und dadurch ihre Finanzkraft stabilisieren. *ZDF*-Intendant Thomas Bellut hat vorgerechnet, dass auf diese Weise der reale Rundfunkbeitrag 18,35 Euro umfasse. Wenn dieser nach dem Aufbrauchen der Rücklage wieder auf 18 Euro zurückgefahren werde, bedeute das eine

*Eine Deckelung des Beitrags würde Einschnitte beim Programm erzwingen.*

Mitte Oktober 2018 haben die Medienstaatssekretäre von Brandenburg und Schleswig-Holstein Thomas Kralinski (SPD) und Dirk Schrödter (CDU) gefordert, *ARD* und *ZDF* sollten sich stärker auf Information, Bildung, Beratung und Kultur konzentrieren.

Damit kamen sie der Meinung von Dieter Schaas, Textchef der „Wirtschaftswoche“, nahe, der Ende Dezember meinte, dass man in Zeiten von Netflix, Amazon & Co. die Öffentlich-Rechtlichen nur noch für Nachrichten, Bildung und Kultur brauche. Eine Beitragserhöhung erübrige sich.

reale Kürzung. Einschnitte beim Programm würden dann unvermeidlich. Im Frühjahr 2019 werden die Sender ihre Finanzbedarfsplanung für die Beitragsperiode 2021 bis 2024 vorlegen, die *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* wird eine Empfehlung formulieren.

*Die Forderungen nach einer Beschränkung von *ARD* und *ZDF* gehen weiter.*

Derweil hat die *ARD* im November 2018 ihren Produzentenbericht für das vorangegangene Jahr präsentiert. Der Gesamtwert aller Auftrags-, Ko-, Misch- und Lizenzproduktionen lag bei 792 Millionen Euro, fast 74 Millionen mehr als 2016. Der Großteil des Geldes, 70,8 Prozent, floss an unabhängige Produzenten und

*Produzentenbericht 2017 der *ARD**

Lizenzgeber (Vorjahr 73,3 Prozent). Vom Gesamtbudget wurden 46,4 Prozent für Fernsehfilme und Serien ausgegeben, 10,7 Prozent flossen in Unterhaltung und 15,5 Prozent in den Bereich Familie.

### Ganske Verlagsgruppe GmbH

Die Hamburger Verlagsgruppe hat im Geschäftsjahr 2017 einen Verlust von 4,2 Millionen Euro eingefahren – nach einem Gewinn von 3,8 Millionen Euro im Jahr zuvor. Der Konzernumsatz ist 2017 um 5,8 Prozent auf 197 Millionen Euro gesunken. Als Hauptursache werden Rückstellungen von 3 Millionen Euro genannt. Aber auch schlechtere Geschäfte bei Büchern und Zeitschriften haben das Ergebnis gedrückt.

*Umsatzrückgang und Verlust bei Ganske*

Die *Ganske-Konzern* ist im Zeitschriftengeschäft (Jahreszeiten Verlag) und auf dem Buchmarkt (Hoffmann und Campe, Gräfe und Unzer, Hatje Cantz, 41 Prozent von dtv), bei Kundenmedien (Hoffman und Campe X), bei E-Medien und im Versandbuchhandel aktiv. Besonders der *Jahreszeiten-Verlag (Jalag)*, die Zeitschriftensparte des Konzerns, muss schon seit längerem überdurchschnittliche Auflagenverluste hinnehmen. „Für Sie“ hatte 1994 rund 800.000 Exemplare verkauft, derzeit noch 200.000;



„Petra“ rutschte in dieser Zeitspanne von 350.000 auf unter 100.000 ab, „Vital“ von 400.000 auf 130.000.

Diese drei Titel hat der Verlag im September 2018 an den Konkurrenten *Klambt* verkauft, zusammen mit den Neugründungen „Feel Good“, „Iss Dich gesund“ und „Dr. Wimmer“. Auch „Zuhause Wohnen“ wurde abgestoßen – an *GeraNova Bruckmann*. Dorthin war 2013 bereits „Selber Machen“ verkauft worden. Man wolle sich auf die Premium- und Luxusmarken konzentrieren, heißt es beim *Jalag*. Gemeint sind „Architektur & Wohnen“, „Der Feinschmecker“ und „Merian“. Auch bei den letzten beiden sind die Auflagenverluste allerdings überdurchschnittlich hoch.

*Jalag hat sämtliche Frauenzeitschriften an Klambt verkauft.*

Im März 2010 hatte der *Jalag* mit einer „Innovation“ für Aufsehen gesorgt: Sämtliche Redaktionen wurden aufgelöst, die Zeitschriften füllt man seither mit Agenturmaterial sowie Texten und Bildern von „freien“ Mitarbeitern. Der Coup kostete 70 Journalisten ihren Arbeitsplatz. Es könnte sein, dass den Leserinnen von *Ganskes* Frauenmagazinen dieses Rezept nicht so gut geschmeckt hat, wie es sich der Konzernchef Thomas Ganske und seine Manager erhofft hatten.

*2010 hatte Jalag sämtliche Redaktionen aufgelöst und 70 Journalisten entlassen.*

Für das Geschäftsjahr 2018 rechnet man bei *Ganske* wieder mit einem positiven Ergebnis, für 2019 mit einem nachhaltigen Wachstum. Dafür soll ein „striktes Kostenmanagement“ sorgen, das seit etlichen Monaten gilt. Für Neuerwerbungen ist im Übrigen immer noch Geld vorhanden: Im November 2018 hat der Ganske-Buchverlag *Gräfe und Unzer* die Markenrechte und ausgewählte Titel vom *BLV-Verlag* gekauft.

## Madsack Mediengruppe GmbH & Co. KG

Der Hannoveraner Pressekonzern hat das Geschäftsjahr 2017 „erfolgreich“ abgeschlossen, wie es Anfang November 2018 in einer Mitteilung hieß. Der Umsatz ist um 1,9 Prozent auf 681 Millionen Euro gestiegen, das EBITDA lag mit 91,4 Millionen Euro um 1,7 Prozent über dem Vorjahreswert. Das Investitionsvolumen habe sich auf 37 Millionen Euro summiert.

*Madsack war 2017 „erfolgreich“.*

Den Kern des journalistischen Angebots der *Madsack*-Gruppe bilden 15 regionale „Zeitungsmarken“ samt der zugehörigen Digitalangebote sowie das „RedaktionsNetzwerk Deutschland“ mit Sitz in Hannover und Berlin. Es beliefert nicht nur die konzern-eigenen Zeitungen mit überregionalen Inhalten, sondern auch Titel anderer Verlage (seit Oktober 2018 auch die der Kölner *Mediengruppe DuMont*). Die Vertriebs Erlöse der Tageszeitungen sind 2017 um 0,5 Prozent auf 257,4 Millionen Euro gestiegen, die Werbe Erlöse sind um 2,6 Prozent geschrumpft, die Digitalerlöse haben um 28,5 Prozent zugelegt.

Neben den Zeitungen gibt *Madsack* 28 Anzeigenblätter heraus, außerdem werden Verlagsdienstleistungen, Film- und Fernsehproduktion, Werbung, Post- und Logistikdienstleistungen angeboten. Das Postgeschäft hat 2017 um 4,9 Prozent auf 80,3 Millionen Euro zugelegt.

Das erfolgreiche Geschäftsjahr 2017 wird den Konzern wohl nicht daran hindern, seine Zeitungsdruckerei in Leipzig zum Jahresende 2019 zu schließen. Die „Leipziger Volkszeitung“ (164.000 Auflage) und die „Dresdner Neuesten Nachrichten“ (20.000) werden künftig bei der „Mitteldeutschen Zeitung“ in Halle bzw. der „Sächsischen Zeitung“ in Dresden hergestellt. Rund 60 Beschäftigten droht der Verlust des Arbeitsplatzes. Diese Entscheidung wird vom größten Einzelaktionär (23,1 Prozent) bei *Madsack*, der *Deutschen Druck- und Verlagsgesellschaft* (DDVG) mitgetragen; sie ist die Medienholding der *SPD*.

*Madsack will seine Druckerei in Leipzig schließen.*

## Ströer SE & Co. KGaA

Das Unternehmen ist eigentlich ein Vermarkter von Außenwerbung („Out of Home Media“) und auf diesem Gebiet der Marktführer in Deutschland. Es unternimmt aber große Anstrengungen, sich auch als „echtes“ Internet-Medienunternehmen zu etablieren und journalistische Inhalte anzubieten.

*Ströer investiert ins Online-Mediengeschäft.*

Der wichtigste Schritt in diese Richtung war im August 2015 die Übernahme des Portals „T-Online“ von der *Deutschen Telekom* für 300 Millionen Euro. Um als „digitales Leitmedium“ wahrgenommen zu werden, wurde dort 2017 der ehemalige „Spiegel-Online“-Chefredakteur Florian Harms eingestellt. Zuvor schon war die Redaktion in Darmstadt aufgelöst und nach Berlin verlagert worden. Mehr als hundert Redakteure verloren dabei ihren Arbeitsplatz. Im März 2018 startete *Ströer* eine deutsche Variante des Jugendportals „Watson“.

*„T-Online“ soll „digitales Leitmedium“ werden.*

In den ersten neun Monaten 2018 verbuchte *Ströer* einen Konzernumsatz von 1,1 Milliarden Euro – ein Plus von 28 Prozent. Der Nettoprofit stieg um 13 Prozent auf 59 Millionen Euro. Trotzdem misstrauten die Anleger an der Börse den Kaufempfehlungen von Beratern und Banken und schickten die Aktie auf Talfahrt: Ende 2018 lag der Kurs um knapp ein Drittel unter dem vom Jahresbeginn.

*Umsatzplus bei Ströer: 28 Prozent.*

---

### Kontakt:

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