

# Geht Springer weg von der Börse?

Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft April bis Juni 2019  
Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

19. Juli 2019

In der deutschen Medienwirtschaft kommen Bündnisse zwischen Marktführern in Mode. Fast immer geht es um Werbung im Internet und um die Sammlung von Nutzerdaten. Sie richten sich gegen die US-Digitalkonzerne *Facebook*, *Google* und *Amazon*, die den digitalen Werbemarkt fast nach Belieben beherrschen und sich dabei auf gewaltige Reichweiten, schier unerschöpfliche Finanzmittel und ausgefeilte technische Instrumente stützen können.

Die *RTL-Gruppe* und *Gruener+Jahr* (beide Bertelsmann) sowie *Axel Springer*, die *Funke-Gruppe* und der *Spiegel-Verlag* wollen in der Digitalvermarktung zusammenarbeiten. Weitere Medienunternehmen sind eingeladen mitzumachen.

Außerdem haben *RTL Deutschland* und *ProSiebenSat.1* bekannt gegeben, dass sie ein Gemeinschaftsunternehmen (jeweils 50 Prozent) namens *D-Force* für adressierbare Fernseh- und Onlinewerbung gründen wollen. Das Angebot umfasst die Digitalangebote der beiden Medienhäuser und soll ebenfalls für weitere Partner offen sein.

Anfang Juli 2019 haben die beiden größten Radiovermarkter die Gründung einer Online-Vermarktungsplattform beim *Bundeskartellamt* (BKA) angemeldet. Das Pikante daran ist, dass die Partner aus unterschiedlichen Lagern kommen: Die *RMS Radio Marketing Service* ist der größte private Anbieter, *AS&S Sales & Services* gehört der *ARD*. Auch eine gemeinsame Online-Buchungsplattform ist geplant.

Elf private Radiosender, darunter *Antenne Bayern*, *Antenne Niedersachsen* und *BB Radio Berlin/Brandenburg*, haben das Unternehmen *Quantyoo* gegründet, das Nutzerdaten zur datenbasierten Produktentwicklung, Marktforschung und Vermarktung erheben soll.

Der Werbekonzern *Ströer* und die *Otto Group Media* wollen unter dem Dach der *OS Data Solutions* mehr als 50 Millionen Datensätze bündeln. So soll „einer der größten deutschen Datenpools für Login, E-Commerce und Behavior Daten“ entstehen.

*Deutsche Medienunternehmen suchen nach Wegen, um das Datenmonopol der US-Konzerne zu schwächen.*

## Bertelsmann SE & Co. KGaA

Deutschlands größter Medienkonzern ist nach eigenen Worten „erfolgreich“ ins laufende Jahr gestartet: Der Konzernumsatz erhöhte sich im ersten Quartal 2019 „signifikant“ um 5,4 Prozent auf 4,21 Milliarden Euro (Vorjahresquartal: 3,99 Mrd. Euro), den höchsten Wert seit 2008. Das „verbesserte“ organische Wachstum lag um 3,5 Prozent über dem Vorjahreswert. Treiber seien die so genannten Digital- und Wachstumsgeschäfte gewesen. Bei diesen ist der Umsatz organisch um 12,8 Prozent gestiegen, der Anteil am Gesamtumsatz lag bei 34 Prozent. Gemeint sind damit die Digitalplattformen der verschiedenen Unternehmensbereiche sowie das Bildungsgeschäft und Finanzdienstleistungen.

*Bertelsmann ist mit sich zufrieden.*

Eine Zahlenübersicht zum ersten Quartal 2019 hat *Bertelsmann* – anders als in früheren Jahren – nicht veröffentlicht. Somit fehlen Informationen zur Entwicklung des Profits. Auch zu den einzelnen Unternehmensbereichen gibt es nur belanglose Floskeln.

*Quartalszahlen werden nicht mehr veröffentlicht.*

Die positive Entwicklung sei u. a. der *RTL-Group* zu verdanken, heißt es. Sie ist, anders als der Mutterkonzern, börsennotiert (*Bertelsmann* hält 75,1 Prozent) und muss deshalb einen Vierteljahresbericht abliefern. Demnach hat sie ihren Quartalsumsatz um 7,2 Prozent auf 1,52 Milliarden Euro (I/2018: 1,42 Mrd.) gesteigert. Bereinigt um Sondereffekte war die Steigerungsrate genauso hoch. Allerdings war es nicht mehr – wie in der Vergangenheit – das Fernsehgeschäft, das für den Aufschwung gesorgt hat. Im Gegenteil, hier sind die Erlöse um zwei Prozent auf 1,08 Milliarden Euro gesunken. Zuwächse hat die *RTL-Group* bei der „Inhalteproduktion“ (*Fremantle Media* mit 41,3 Prozent Umsatzplus auf 383 Mio.) und beim Digitalgeschäft (plus 15,8 Prozent auf 220 Mio.) erzielt. In Deutschland waren die Geschäfte wegen der schrumpfenden Werbeerlöse beim Fernsehen rückläufig.

*Die RTL-Group ist gewachsen, in Deutschland aber geschrumpft.*

*Bertelsmann* hat im zweiten Quartal 2019 umfangreiche Veränderungen im Firmenbestand – Käufe und Verkäufe – vorgenommen.

- Die Buchsparte *Penguin Random House* (75 Prozent Bertelsmann) hat den bislang unabhängigen spanischen Verlag *Ediciones Salamandra* in Barcelona übernommen. Die Übernahme folgt auf eine Reihe von Zukäufen aus den vergangenen Jahren, etwa von *Alfaguara* (2014) und *Ediciones B* (2017).
- *Penguin Random House* hat sich außerdem mit 45 Prozent am US-Buchverlag *Sourcebooks* beteiligt.
- In Deutschland hat die (rechtlich selbständige) *Verlagsgruppe Random House* den Kölner *Anaconda-Verlag* gekauft.
- Der französische Fernsehkonzern *M 6* (RTL-Anteil 48,3 Prozent) hat für 215 Millionen Euro sämtliche TV-Aktivitäten der *Groupe Lagardère* übernommen. Der Deal umfasst fünf Kindersender, vier Musiksender sowie deren Onlineplattformen, außerdem die Ableger in Afrika, im Nahen Osten und Russland.
- Der Presseverlag *Gruner+Jahr* wiederum hat eine seiner wichtigsten Beteiligungen abgegeben: Der 59,9-Prozent-Anteil an der *Motor-Presse Stuttgart* wurde an die Miteigentümer und Gründungsfamilien Pietsch und Scholten verkauft. Der Verlagskonzern hat 2016 mit rund 1.000 Beschäftigten 206 Millionen Euro umgesetzt; neuere Zahlen liegen nicht vor.

*Gruner+Jahr hat die Motorpresse Stuttgart verkauft.*

Bertelsmann betreibt vier Investmentfonds: *Bertelsmann Asia Investments*, *Bertelsmann India Investments*, *Bertelsmann Brazil Investments* und *Bertelsmann Digital Media Investments*. Gebündelt sind diese Venture-Capital-Gesellschaften im Unternehmensbereich *Bertelsmann Investments*. Sie haben sich zusammen an knapp 200 Unternehmen und Fonds beteiligt, davon mehr als 100 in China. Seit dem Start dieser Aktivitäten hat *Bertelsmann* rund eine Milliarde Euro in solche Geschäfte investiert und etwa 600 Millionen Euro zurück erhalten. Das hat Vorstandschef Thomas Rabe Anfang Juli 2019 mitgeteilt. Neuerdings habe man auch Afrika als interessantes Feld für Investitionen entdeckt.

Bertelsmann steckt viel Geld in ausländisches Venture Capital.

Einen Flop hat die *RTL-Group* mit dem „Multi-Plattform-Netzwerk“ *StyleHaul* in Los Angeles erlebt. Es hat Video-Angebote von YouTube zu den Themen Mode, Kosmetik und Lifestyle gebündelt und den Betreibern bei deren Erstellung und Vermarktung geholfen. *RTL* war ab 2013 für geschätzte 100 Millionen Euro bei *StyleHaul* eingestiegen. Die „Performance“ des Portals sei aber unter den Erwartungen geblieben, Interessenten für einen Weiterverkauf waren offenbar nicht zu finden. Deshalb wird *StyleHaul* in Kürze liquidiert.

„Style Haul“ wird dicht gemacht.

Ein weiterer Flop war das Elternmagazin „Nido“, das Mitte Juli 2019 eingestellt worden ist. Es war 2009 als „Stern“-Ableger gestartet worden und verkaufte zwischenzeitlich rund 60.000 Exemplare. Seit 2017 wurde keine Auflage mehr gemeldet, die Anzeigen Erlöse sind weggebrochen. Nun hat *Gruner+Jahr* die Reißleine gezogen. Was aus den sechs Beschäftigten wird, ist noch unklar.

„Nido“ wurde eingestellt.

## ProSiebenSat.1 Media SE

Bei *ProSiebenSat.1* hat es im ersten Quartal 2019 ein Umsatzplus von vier Prozent auf 913 Millionen Euro gegeben, womit man im Rahmen der Prognosen geblieben ist. Das Kerngeschäft Fernsehen ist allerdings um sieben Prozent (bereinigt um vier Prozent) geschrumpft. Es stellt 63 Prozent des Konzernumsatzes.

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

	2017	2018	2019	2019/18 (%)
Außenumsatz	910	881	913	+ 4
- Entertainment	612	624	579	- 7
- Content Prod. & Global Sales	112	97	135	+ 38
- Commerce	185	159	199	+ 25
Bereinigtes EBITDA	188	200	190	- 5
- Entertainment	159	183	163	- 11
- Content Prod. & Global Sales	4	4	8	+ 102
- Commerce	25	13	19	+ 44
EBITDA	163	133	180	+ 36
Konzernüberschuss <sup>1)</sup>	64	27	122	> 100
- bereinigt	88	93	94	+ 1
Nettofinanzschulden	1.889	1.620	2.163	+ 34

<sup>1)</sup> nach Anteilen anderer Gesellschafter

Quelle: Quartalsfinanzberichte der ProSiebenSat.1 Media SE, 9. 5. 2018 und 9. 5. 2019

Das Wachstum der Gesamterlöse kam durch den starken Zuwachs im Bereich Produktion und Rechtehandel zustande; dahinter verbirgt sich der globale Unterhaltungskonzern *Red Arrow Studios*, der um 38 Prozent gewachsen ist. Beim Bereich „Commerce“ hat es ein Wachstum von 25 Prozent gegeben. Dafür steht die *NuCom Group* mit den Kernbereichen Partnervermittlung („Parship“), Verbraucherberatung („Verivox“), Erlebnis- und Geschenkgutscheine („Mydays“) sowie Beauty & Lifestyle („Amorelie“). An *NuCom* hält *P7S1* allerdings nur 71,6 Prozent der Anteile, der Rest liegt beim Finanzinvestor *General Atlantic*.

*P7S1 wächst durch Produktion und Commerce.*

Die Profitentwicklung ist nicht ganz so prickelnd verlaufen. Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) ist zwar um 36 Prozent gestiegen, aber nur aufgrund von außerordentlichen Effekten. Rechnet man diese heraus, dann ist er um fünf Prozent gesunken, beim Fernsehen sogar um elf Prozent. Der Nettoprofit (Überschuss) ist bereinigt um ein Prozent gestiegen. Die Nettofinanzschulden haben um 34 Prozent auf 2,2 Milliarden Euro zugenommen – mehr als die Hälfte des Jahresumsatzes 2018. Für das Gesamtjahr 2019 strebt der Münchner Unterhaltungskonzern einen Umsatzzuwachs im mittleren einstelligen Prozentbereich an.

*Der bereinigte Nettoprofit ist gesunken.*

Für Aufsehen hat *ProSiebenSat. 1* nicht durch die Geschäftsentwicklung im ersten Quartal 2019 gesorgt, sondern Ende Mai 2019 durch den Einstieg eines sattem bekannten Italiener: Die *Mediaset SpA* aus Mailand, hinter der Silvio Berlusconi bzw. dessen Sohn Pier Silvio steht, hat heimlich über die Börse 9,6 Prozent des Münchner Konzerns gekauft und besitzt damit zusammen mit Altaktien 9,9 Prozent der Stimmrechte. Sechs Wochen zuvor waren Gerüchte über eine Fusion beider Unternehmen noch heftig dementiert worden. Berlusconi ist damit zweitgrößter Aktionär neben zwei Finanzinvestoren (*Capital Group* mit 9,98 Prozent und *Black Rock* mit 6,8 Prozent). Beobachter der Szenerie sind sich einig darin, dass er es dabei nicht belassen will.

*Berlusconi ist neuer Großaktionär bei P7S1 und hat viel vor.*

Die Chancen dafür stehen gut, denn *P7S1*-Aktien sind zu Ramschpreisen zu haben: Der Unternehmenswert, gemessen am Börsenkurs, ist binnen Jahresfrist um 40 Prozent gesunken und betrug Ende Juni 2019 nur rund 3,5 Milliarden Euro. Das Ziel von *Mediaset* ist aber vermutlich nicht eine komplette Übernahme, sondern die Einbindung des deutschen Konzerns in einen europäischen Verbund unter Führung der Italiener. Das Management in Unterföhring lehnt derartige Pläne zwar ab, aber das muss nicht unbedingt ein Hindernis sein. *Mediaset Italia*, *Mediaset España* und *ProSiebenSat. 1* sind ohnehin schon seit fünf Jahren in der „European Media Alliance“ (EMA) verbunden. Deren Ziel ist es, Skaleneffekte zu nutzen. Der Mailänder Konzern ist der größte Anbieter von kommerziellem Fernsehen in Italien und Spanien.

*ProSiebenSat. 1* hat sich im zweiten Quartal 2019 u. a. an zwei Startups beteiligt und die Zusammenarbeit mit dem *Deutschen Olympischen Sportbund* vertieft:

- Für einen einstelligen Millionenbetrag wechselten 20 Prozent den Unternehmens *Holodeck VR* in München und Nürnberg den Besitzer. Es bietet „ortsbezogene Virtual-Reality-Erlebnisse“ an.
- Für einen zweistelligen Millionenbetrag (zu verrechnen mit Werbespots) sind 14 Prozent des Berliner Autoversicherers *Friday* an *P7S1* gegangen.
- Außerdem hat die Konzerntochter *7Sports* ihren Anteil an der *DOSB New Media GmbH* auf 67,5 Prozent erhöht. Die Firma, deren Restanteile der *Deutsche Olympische Sportbund* hält, betreibt den Sender „Sportdeutschland.TV“.

*Beteiligungen im zweiten Quartal 2019*

## Axel Springer SE

Bei *Springer* ist das erste Quartal 2019 mit einer „roten Null“ abgeschlossen worden: Der Konzernumsatz ist um 0,2 Prozent zurückgegangen. Um Sondereffekte bereinigt ist er allerdings um 3,2 Prozent gestiegen. Das EBITDA ist auch bereinigt gesunken, und zwar um 2,5 Prozent, der Nettoprofit (Überschuss) lag 7,2 Prozent unter dem Vorjahreswert.

*„Rote Null“ im ersten Quartal 2019*

Die „digitalen Angebote“ haben 73,8 Prozent zum Konzernumsatz beigetragen; sie sind um 8,9 Prozent gewachsen. Ihr Anteil am Konzern-EBITDA hat sogar 86,6 Prozent betragen. Negativzahlen bei Umsatz und EBITDA haben die „News Media“ verbuchen müssen. Hier sind die journalistischen Angebote, darunter die „Bild“ und „Welt“ mit ihren gedruckten Ausgaben, versammelt. Am stärksten gewachsen sind die „Classifieds Media“, d. h. die zahlreichen digitalen Anzeigen- und Vermittlungsportale.

*Negativzahlen bei „News Media“*

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

	2017	2018	2019	2019/18 (%)
Umsatz	723,5	773,5	771,8	- 0,2
- News Media	345,7	351,5	341,2	- 2,9
- Classifieds Media	249,7	290,2	314,8	+ 8,5
- Marketing Media	112,5	118,1	104,4	- 11,6
- Services/Holding	15,5	13,7	11,3	- 17,6
Betriebsergebnis (Ebitda), ber.	147,2	171,2	167,0	- 2,5
- News Media	44,5	49,4	46,7	- 5,4
- Classifieds Media	101,1	112,6	113,2	+ 0,5
- Marketing Media	15,1	23,6	25,2	+ 7,1
- Services/Holding	- 13,5	- 14,3	- 18,2	-
Überschuss	47,3	84,7	55,4	- 34,6
Überschuss bereinigt	78,1	80,9	75,1	- 7,2
Investitionen	41,4	51,2	53,1	+ 3,7
Nettoverschuldung ./.-liquidität	1.020,2	1.249,2	1.240,1	+ 0,7
Beschäftigte (Durchschnitt)	15.598	16.365	16.282	- 0,5

Quelle: Quartalsmitteilung und Konzernkennzahlen der Axel Springer SE, 8. 5. 2018 und 7. 5. 2019

Auch bei *Springer* gilt: Nicht die Quartalszahlen haben Ende Mai 2019 für Aufsehen gesorgt, sondern Pläne ausländischen Kapitals für einen Einstieg beim Unternehmen. Anders als bei *ProSiebenSat.1* geschieht das aber nicht gegen den Willen der Konzernführung, sondern auf deren Wunsch hin. Der Finanzinvestor *Kohlberg Kravis Roberts & Co.* (KKR) hat den freien Aktionären ein Kaufangebot für deren Papiere von 63 Euro pro Stück vorgelegt. Es gilt nur, wenn mindestens 20 Prozent des Stammkapitals zusammenkommen. Bei einem Erfolg würde die *Axel Springer SE* von der Börse genommen.

*KKR will bei Springer groß einsteigen.*

Haupteigentümerin (42,6 Prozent) Friede Springer und Vorstandsvorsitzender Mathias Döpfner (2,8 Prozent) haben erklärt, dass sie keine Aktien verkaufen werden. Die Unternehmensstruktur des Konzerns und die „journalistische Unabhängigkeit“ des Unternehmens (nicht der Redaktionen) sollen gewahrt werden. Das gehört zu einer Investorenvereinbarung mit *KKR*. Es stellt sich die Frage, welche Gründe die beiden Akteure für den Deal haben könnten.

KKR ist gerade dabei, einen neuen Unterhaltungskonzern in Deutschland zusammenzubauen. Zwischen Februar und April 2019 hat der Finanzinvestor die Firmen *Tele München Gruppe*, *Universum Film*, *i&u TV* sowie *Wiedemann & Berg Film* gekauft (QB 1/19-2, S.9 f.). Daraus soll eine „führende unabhängige audiovisuelle Inhalteplattform“ für den expandierenden Markt des Videostreamings entstehen. *Springer* betreibt den Fernsehsender „Welt“; der würde gut zu diesen Plänen passen. Auch das journalistische Know-how in *Springers* Redaktionen wäre vorteilhaft. Offenbar soll ein Gegenpol zu den beiden Unterhaltungskonzernen *RTL* (mit *Fremantle Media*) und *ProSiebenSat.1* (mit *Red Arrow Studios*) geschaffen werden. Nach ein paar Jahren ließe sich das Gebilde – wie bei Finanzinvestoren üblich – mit hohem Profit weiterverkaufen.

*KKR baut gerade einen neuen Filmproduktionskonzern zusammen*

Bei *Springer* wird gemutmaßt, dass Geld für eine Großübernahme beschafft werden soll – etwa das Rubrikengeschäft von *eBay* für angeblich zehn Milliarden US-Dollar. Mittelfristig will Mathias Döpfner den Konzern auf zwei Beine stellen: das journalistische Geschäft („*News Media*“) und die Kleinanzeigen („*Classifieds Media*“); das derzeit dritte Geschäftsfeld „*Marketing Media*“ soll verkauft werden. Außerdem würde ein Rückzug von der Börse Döpfners strategischen Spielraum vergrößern; er müsste z. B. keine Rücksicht mehr auf Aktienkurse nehmen.

*Springer will wohl Geld für eine Großübernahme beschaffen.*

Auch *Springer* hat im dritten Quartal 2019 Firmenbeteiligungen erworben:

- Von *Media Pioneer Publishing* in Berlin wechselten 36 Prozent den Besitzer. Bisheriger Alleineigentümer war Gabor Steingart; das Unternehmen residiert auf einem Redaktionsschiff auf der Havel.
- An der Londoner *Purplebricks Group*, einer „Hybrid-Makler-Plattform“, hat *Springer* seinen Anteil von 12,4 auf 26,6 Prozent erhöht.
- Die *Bild-Gruppe* hat sich am israelischen Startup *Tokabot* beteiligt. Die Digitalplattform entwickelt „Technologie zur Interaktion mit Fans und zur Monetarisierung von Sport und Unterhaltung“.

*Firmenbeteiligungen im zweiten Quartal 2019*

Verkauft hat *Springer* die *@Leisure Group*, einen Online-Vermittler von Ferienimmobilien mit Sitz in Amsterdam. Das Unternehmen ist hoch profitabel, über den Verkaufspreis wurde nichts verlautbart.

## ARD und ZDF

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben im vergangenen Jahr genau acht Milliarden Euro eingenommen – 0,4 Prozent mehr als 2017. Davon gingen 5,63 Milliarden an die *ARD*, 1,99 Milliarden an das *ZDF*, 229 Millionen an das *Deutschlandradio* und 151 Millionen an die *Landesmedienanstalten*. Diese Zahlen hat der *Beitragsservice*, der den Rundfunkbeitrag erhebt, Anfang Juli 2019 bekannt gegeben. Für das laufende Jahr wird mit einem leichten Rückgang auf 7,9 Milliarden Euro gerechnet, weil nach einem Urteil des *Bundesverfassungsgerichts* für Nebenwohnungen kein Rundfunkbeitrag mehr erhoben werden darf.

*Leichte Erhöhung bei den Beitragseinnahmen 2018*

Vor diesem Hintergrund wird derzeit ein Nervenkrieg um die zukünftige Finanzierungsbasis des öffentlich-rechtlichen Rundfunks geführt. Es geht zum einen darum, ob der Rundfunkbeitrag künftig nicht mehr alle vier Jahre neu ausgehandelt werden, sondern

anhand eines Indexmodells automatisch an die Teuerungsrate angeglichen werden soll. Zum anderen geht es um die Höhe des Beitrags für die kommende Periode 2021 bis 2024.

*Der Streit um den Rundfunkbeitrag geht weiter.*

Die Länderchefs sind mehrheitlich für ein Indexmodell. Anfang Juni 2019 wurde ein Beschluss der Ministerpräsidentenkonferenz hierzu aber erneut vertagt. Hintergrund: In drei Bundesländern regiert die FDP mit, und die hat „Bedenken“ gegen das Modell. Außerdem wolle man sich noch einmal „mit den Privatsendern austauschen“, wie die rheinland-pfälzische Staatssekretärin Heike Raabe erklärte.

Für die kommende Beitragsperiode haben *ARD*, *ZDF* und *Deutschlandradio* ihre Bedarfsprognose formuliert und bei der *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* (KEF) eingereicht. Die Mehrkosten wurden brutto auf rund drei Milliarden Euro für vier Jahre beziffert, wovon 1,8 Milliarden an die ARD gehen sollen. Die *ARD* hat bei ihrer Rechnung schon Finanzreserven von 1,1 Milliarden abgezogen, die sie als Ergebnis von Einsparungen (unter anderem Stellenabbau) und einer Zwangsrücklage angesammelt hat.

*ARD und ZDF haben ihre Bedarfsprognose gestellt.*

Die *KEF* prüft die Berechnungen und wird – wie üblich – die Zahlen nach unten korrigieren. Beschließen müssen darüber letztlich die Landtage. Dort gibt es – vor allem in Sachsen – Widerstand gegen jegliche Erhöhung des Rundfunkbeitrags.

## Hubert Burda Holding KG

*Burda* hat im Geschäftsjahr 2018 beim Umsatz eine „rote Null“ eingefahren. Der Konzernumsatz ist um 0,3 Prozent gesunken, nachdem er im Jahr zuvor, wegen einer Großübernahme in England um 18,4 Prozent gestiegen war. Über die Gewinnentwicklung wurden, wie üblich, keine Zahlen veröffentlicht. Vorstandschef Paul-Bernhard Kallen teilte aber mit: „Beim Ertrag war die Entwicklung sehr angenehm. Es war ein gutes Jahr“. Von den rund 12.000 Beschäftigten arbeitet etwa die Hälfte in Deutschland.

*Burda: Leichter Umsatzrückgang, aber „angenehme“ Profitentwicklung*

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

	2016	2017	2018	18/17 (%)
Umsatz	2.256	2.672	2.664	- 0,3
davon - Digitalmarken National <sup>1</sup>	1.180	1.403	1.471	+ 4,9
- Medienmarken National	661	670	651	- 2,9
- Medienmarken International	272	455	413	- 9,2
- Druck	134	130	116	- 10,5
- Sonstige	9	14	13	- 6,7
Personalkosten	535	657	691	+ 5,2
Beschäftigte (Jahresende)	10.440	11.918	12.369	+ 3,8

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

Quelle: *Hubert Burda Media, Konzernabschluss 2018, S. 4*

Der einzige Wachstumsbereich war das Digitalgeschäft, das 55 Prozent aller Erlöse beigesteuert hat. Dazu zählen z. B. das Karrierenetzwerk *Xing*, das Reiseportal *Holidaycheck* und die Onlinehändler *Cyberport* und *Computeruniverse*, aber auch die zahl-

reichen Radio- und Fernseheteiligungen und das Direktmarketing. Die „Medienmarken National“ (womit die Zeitschriften wie „Focus“, „Bunte“, „Freundin“ oder „Elle“ samt deren Onlineportale gemeint sind) steuern knapp ein Viertel zum Gesamtumsatz bei. Das Auslandsgeschäft und der Druckbereich sind deutlich geschrumpft.

Der Konzern hat im ersten Halbjahr 2019 seinen Bestand an Online-Beteiligungen ausgeweitet. Vier Deals sind bekannt geworden:

- Die Beteiligungsgesellschaft *BurdaPrincipal Investments* (BPI) hat sich an *Zilingo*, einem Onlinemarktplatz für Bekleidung in Singapur, eingekauft.
- Des Weiteren hat BPI sich an der US-Musikplattform *Wait What* beteiligt.
- Beim US-Unternehmen *Rockets of Awesome*, das online Kinderkleidung vertreibt, hat *BPI* weiteres Geld investiert.
- Das Stuttgarter Startup *The Female Company* darf sich ebenfalls über *Burda*-Kapital freuen. Es vertreibt Bio-Tampons übers Internet.

*Unternehmensbeteiligungen im ersten Halbjahr 2019*

*Burda*s Streamingangebot „TV Spielfilm Live“ ist im Mai 2019 nach vier Jahren beendet worden. Kunden werden jetzt aus dem elektronischen Programmführer von „TV Spielfilm“ direkt auf die Schweizer Plattform „Zattoo“ umgeleitet.

*„TV Spielfilm Live“ wurde abgeschaltet.*

Nach 17 Jahren wird *Burda* die Lizenz für den „Playboy“ nicht mehr verlängern. Das letzte Heft der deutschen Ausgabe wird im November 2019 erscheinen. Die verkaufte Auflage ist in den vergangenen Jahren deutlich zurückgegangen und lag laut IVW im ersten Quartal 2019 bei 108.600 Exemplaren. Für die 21 Beschäftigten sollen „sozialverträgliche Lösungen gefunden“ werden.

*Der „Playboy“ erscheint nicht mehr auf deutsch.*

## Andere Medienunternehmen

### Amazon.com Ltd.

Der US-Konzern aus Seattle hat im Juni 2019 versehentlich eine bislang geheime Zahl veröffentlicht. Es ging um den Umsatz, der in Deutschland auf dem so genannten Marketplace erzielt wird. Dort nutzen unabhängige Händler die Infrastruktur von *Amazon* für ihre eigenen Angebote – gegen Provision, versteht sich. Diese Geschäfte haben 2018 rund zehn Milliarden Euro umfasst. Der Umsatz auf „Amazon.de“ belief sich insgesamt auf etwa 17 Milliarden Euro. Der Konzern generiert demnach knapp 60 Prozent seines gesamten Online-Handelsvolumens in Deutschland über den „Marketplace“. Zum Vergleich: Der größte deutsche Onlinehändler *Zalando* hat im selben Jahr 6,6 Milliarden Euro umgesetzt.

*Amazon erzielt 60 Prozent seines Handelsvolumens durch Fremdanbieter.*

### Deutsche Presse Agentur GmbH

Das Unternehmen kann seinen 70. Geburtstag mit einem „erfolgreichen“ Geschäftsjahr 2018 feiern. Der Umsatz der Kerngesellschaft, der *DPA* GmbH, sank zwar um 0,6 Prozent auf 93 Millionen Euro, die Unternehmensgruppe ist aber um 2,3 Prozent auf 139,8 Millionen Euro gewachsen. Der Jahresüberschuss wurde um ein Viertel auf 1,5 Millionen Euro gesteigert. Der Konzern hatte zum Jahresende 1.191 Beschäftigte.

*Die DPA ist 70 Jahre alt und zufrieden.*



Die *DPA* konnte ihre Position stärken, obwohl die klassischen Abnehmer, die Zeitungen, Umsatzverluste erleiden und die Zahl der Redaktionen senken. Die Nachrichtenagentur setzt dem Angebote für Digitalnachrichten, „Business- und Kommunikationslösungen“ sowie „individuelle Contentstellung“ entgegen. Auch die Tochterfirmen (Public Relations, Picture Alliance, DPA-Infocom) entwickelten sich positiv, wurde mitgeteilt.

Die *DPA* wurde 1949 gegründet und gehört zu den weltweit führenden unabhängigen Nachrichtenagenturen. Sie berichtet in Deutsch, Englisch, Spanisch und Arabisch. Gesellschafter sind 179 deutsche Medienunternehmen.

## Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH

Der Verlag der *FAZ* veröffentlicht keine Umsatzzahlen und ist auch sonst sehr knauserig mit Informationen über den Geschäftsverlauf. Man leide unter rückläufigen Erlösen aus dem Printgeschäft und nachlassenden Werbeeinnahmen, wurde im Juni 2019 verlautbart; keine wirklich überraschende Mitteilung. Trotzdem habe man 2018 wie im Vorjahr ein positives operatives Ergebnis und eine „ordentliche Umsatzrendite“ erwirtschaftet. Wegen Sondereffekten und einem rückläufigen Finanzergebnis habe man allerdings einen Verlust vor Steuern von 5,3 Millionen Euro hinnehmen müssen. Für 2019 erwartet die Geschäftsführung wieder ein positives Betriebsergebnis.

*FAZ mit „ordentlicher“ Umsatzrendite*

Die Trägerin der *FAZ*, die *FAZIT-Stiftung*, hatte im März 2018 die beiden Schwesterblätter „Frankfurter Rundschau“ und „Frankfurter Neue Presse“ an die Münchener *Verlagsgruppe Ippen* verkauft.

---

### Kontakt:

Cornelia Berger  
Bereichsleiterin Medien und  
Publizistik beim ver.di-  
Bundesvorstand  
10112 Berlin  
cornelia.hass@verdi.de

Dr. Gert Hautsch  
Fachredakteur  
60318 Frankfurt am Main

### V. i. S. d. P:

Frank Werneke  
stv. ver.di-Vorsitzender,  
Leiter FB Medien, Kunst und  
Industrie  
Paula-Thiede-Ufer 10  
10179 Berlin