

# Springer: KKR statt Börse

## Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft Januar bis März 2020 Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

23. April 2020

Auf der Grundlage verschiedener Wirtschaftsdaten, auch wenn sie meist spärlich und spät geliefert werden, lässt sich die Spitzengruppe der deutschen Medienunternehmen für 2018 und teilweise 2019 benennen. Der *Bertelsmann*-Konzern steht weiterhin mit Abstand an der Spitze, dahinter hat es kaum Verschiebungen in der Rangfolge gegeben: Nur *Burda* ist um einen Platz aufgestiegen und belegt nun Platz vier. Im mittelfristigen Vergleich hat es deutlichere Veränderungen gegeben.

*Wenig Bewegung bei den größten deutschen Medienunternehmen*

### Die größten deutschen Medienunternehmen<sup>1</sup>, Umsatz in Milliarden Euro

	2007	2014	2016	2017	2018	2019
1. Bertelsmann	16,2	16,8	17,0	17,2	17,7	18,0
2. ProSiebenSat.1 Media	2,7	2,9	3,8	4,1	4,0	4,1
3. Axel Springer	2,6	3,0	3,3	3,1	3,2	3,1
4. Hubert Burda Media	1,7	2,5	2,3	2,7	2,7	.
5. Bauer Media Group	1,8	2,3	2,2	2,4	2,3	.
6. Sky Deutschland <sup>2</sup>	1,0	1,7	1,8	2,0	2,3	.
7. VG von Holtzbrinck	2,5	1,7	1,2	1,4	1,5	.
8. Funke-/WAZ-Gruppe	1,7	1,2	1,3	1,3	1,2	.
9. Südwestdt. Medienholding	0,3	0,9	0,9	0,9	0,9	.
10. Dt. Sparkassenverlag	0,7	0,9	0,9	0,9	0,9	.

<sup>1</sup> ohne öffentlich-rechtliche Anstalten

<sup>2</sup> Geschäftsjahr 1. 7. - 30. 6.

Quelle: Eigene Recherchen im Bundesanzeiger und in Medienberichten

### Der „Markt“ für Übernahmen und Beteiligungen ...

... in der Medienwirtschaft hat sich im vergangenen Jahr auf dem Vorjahrsniveau bewegt; die Rekordwerte von 2016/2017 sind nicht erreicht worden. Bei den Verlagen hat es 289 Fälle gegeben, wie das Beratungsunternehmen *Bartholomäus & Cie.* ermittelt hat. Dabei sind 6,5 Milliarden Euro bewegt worden. Bei den Rundfunk- und Filmunternehmen sind weitere 40 Vorgänge, die unter dem Sammelbegriff „Mergers and Acquisitions“ zu fassen sind, bekannt geworden.

## Zahl der Übernahmen und Beteiligungen bei deutschen Medienunternehmen

	Verlage	Film und Funk <sup>1</sup>
2005	138	.
2008	261	48
2010	205	40
2012	246	35
2014	262	25
2016	310	28
2017	314	50
2018	286	23
2019	289	40

<sup>1</sup> unvollständige Mindestzahlen

Quelle: Axel Bartholomäus in „Letter – Das Magazin für Fachmedienmacher“ 1/2020; ders. in „Horizont“, 11. 5. 2017; ders. Transaktionsmonitor Verlagswesen 2015 und 2008. Eigene Recherchen des Autors in Presse und Internet.

Mehr als ein Drittel aller Übernahmen und Beteiligungen hat es bei den Publikumszeitschriften gegeben. Den Großteil davon haben laut *Bartholomäus* digitale Contentanbieter, E-Handel und mediennahe Dienstleistungen ausgemacht – oder auch der Verkauf von Titeln, in denen die bisherigen Verlage keine Wachstumspotenziale mehr gesehen haben. Bei den Fachmedien – nach der Publikumspresse der zweitaktivste Sektor – lagen die Motive eher bei Kostensynergien, neuen Zielgruppen oder beim Markenwert der übernommenen Firmen.

*Bei Publikums- und Fachmedien hat es die meisten Übernahmen und Beteiligungen gegeben.*

Den stärksten Zuwachs hat es bei den Fachmedien gegeben; hier haben fast 30 Prozent aller Übernahmen und Beteiligungen bei Verlagen stattgefunden. Im vergangenen Jahr sind dabei 515 Millionen Euro bewegt worden.

## Übernahmen und Beteiligungen nach Marktsegmenten der Verlage

	Publikums- medien	Fach- medien	Zeitungen	Buch- verlage	Sonstige
2012	56	80	26	24	60
2013	99	49	25	18	63
2014	82	57	34	29	60
2015	116	54	32	19	36
2016	107	52	29	29	93
2018	66	75	38	18	89
2019	62	85	31	28	82

Quelle: Axel Bartholomäus a. a. O.

Im laufenden Jahr dürfte die Zahl der Übernahmen und Beteiligungen deutlich zurückgehen. Seit dem Ausbruch der Corona-Krise Mitte März 2020 sind solche Geschäfte praktisch zum Erliegen gekommen. Die wirtschaftlichen Aussichten sind unklar, viele Medienunternehmen leiden unter den Folgen des Kontaktverbots. Wer sollte da Geld ausgeben, um eine Firma ganz oder teilweise zu kaufen?

## Bertelsmann SE & Co. KGaA

Deutschlands führender Medienkonzern hat im ersten Quartal 2020 *Penguin Random House*, den größten globalen Belletristikkonzern, komplett übernommen. Zuvor hatten die Kartellbehörden den Erwerb der restlichen 25 Prozent von *Pearson* genehmigt. *Bertelsmann* hat sich den Deal 675 Millionen US-Dollar (619 Millionen Euro) kosten lassen und dafür einen Kredit aufgenommen. Die deutsche *Verlagsgruppe Random House* mit 45 Verlagsmarken, die bei dem *Bertelsmann-Pearson-Deal* 2013 als Zugeständnis an das *Bundeskartellamt* selbständig bleiben musste, wurde jetzt voll in die *PRH-Gruppe* integriert.

PRH gehört jetzt komplett zu Bertelsmann.

Der Vorgang („ein Meilenstein“) konnte gerade noch rechtzeitig abgeschlossen werden, denn seit Mitte März 2020 finden Übernahmen und Beteiligungen kaum noch statt. Mit den Worten von Vorstandschef Thomas Rabe: „In Zeiten der Corona-Krise und eines weitgehenden Shutdowns ist M&A zu betreiben faktisch unmöglich. Schon rein physisch. Es ist weltweit zum Erliegen gekommen.“

Das Geschäftsjahr 2019 hat *Bertelsmann* eigenen Worten zufolge „solide“ abgeschlossen. Der Umsatz ist um zwei Prozent auf 18 Milliarden Euro gestiegen, der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) sogar um 12,5 Prozent. Der Nettoprofit (Konzerngewinn) ist leicht gesunken (minus 1,2 Prozent). Erstmals sind mehr als die Hälfte (51 Prozent) der Erlöse mit Digitalgeschäften erzielt worden.

Bertelsmanns Geschäftsentwicklung 2019 war „solide“.

### Wirtschaftszahlen der Bertelsmann SE & Co. KGaA (Millionen Euro)

	2017	2018	2019	19/18 (%)
Umsatz	17.190	17.673	18.023	+ 2,0
<i>RTL-Group</i>	6.373	6.505	6.651	+ 2,2
<i>Arvato</i>	3.823	4.100	4.175	+ 1,8
<i>Penguin Random House</i>	3.359	3.424	3.636	+ 6,2
<i>Gruener+Jahr</i>	1.513	1.440	1.355	- 5,9
<i>Printing Group</i>	1.681	1.639	1.568	- 4,3
<i>BMG (Musik)</i>	507	545	600	+ 10,1
<i>Education Group</i>	189	258	333	+ 29,1
<i>Investments</i>	-	12	13	+ 8,3
<i>Corporate / Konsolidierung</i>	- 255	- 250	- 308	-
EBITDA (operational)	2.636	2.586	2.909	+ 12,5
<i>RTL-Group</i>	1.478	1.402	1.439	+ 2,6
<i>Arvato</i>	320	377	549	+ 45,6
<i>Penguin Random House</i>	521	528	561	+ 6,3
<i>Gruener+Jahr</i>	145	140	157	+ 12,1
<i>Printing Group</i>	118	85	68	- 20,0
<i>BMG (Musik)</i>	104	122	138	+ 13,1
<i>Education Group</i>	3	37	84	> 100
<i>Investments</i>	-3	- 3	-1	-
<i>Corporate / Konsolidierung</i>	- 50	- 102	- 86	-
Konzerngewinn	1.205	1.103	1.090	- 1,2
Investitionen <sup>1</sup>	1.117	1.461	1.276	- 12,6
Nettofinanzschulden	3.479	3.932	3.364	- 14,5
Beschäftigte (Jahresende)	119.089	117.220	126.447	+ 7,9

<sup>1</sup> inkl. übernommener Finanzschulden

Quelle: Bertelsmann-Pressemitteilung, 24. 3. 2020, und Geschäftsbericht 2019, S. 15

Digitalgeschäfte sind jene Bereiche, in die *Bertelsmann* im laufenden Jahr vorrangig investieren will. Zu diesen „Wachstumsplattformen“ gehören der Dienstleister *Arvato*, *BMG* (Musik), die *Education Group*, der Unterhaltungskonzern *Fremantle* sowie die Digitalbereiche von *RTL* und *Gruner+Jahr*. Die klassischen Sektoren von *RTL* (Fernsehen) und *G+J* (Zeitschriften) gehören folglich nicht dazu, *Penguin Random House* offensichtlich auch nicht.

*Bertelsmanns* Rezept für die Zukunft sind die „Alliances“: operative Zusammenschlüsse verschiedener Konzernbereiche mit klarer Zielstellung. Dazu gehören die „Content Alliance“ (redaktionelle Inhalte), die „Ad Alliance“ (Werbung) und die „Tech & Data Alliance“. Diese Konstrukte sind im vergangenen Jahr in Deutschland auf den Weg gebracht worden und sollen nun international ausgeweitet werden. Frankreich, England und die USA sind die bevorzugten Gebiete.

*Bertelsmann setzt auf Allianzen.*

Neben dem Vollerwerb von *Penguin Random House* konnte *Bertelsmann* im ersten Quartal 2020 auch anderweitig sein Portfolio aufstocken.

*Übernahmen und Beteiligungen im ersten Quartal 2020*

- *Gruner+Jahr* hat seinen Anteil an *Temedica*, einem „E-Health-Start-up“ in München, erhöht. Zahlen wurden nicht bekannt gegeben.
- Der Fonds *Bertelsmann Investments* ist bei einem Fonds von *Vertex Ventures Southeast Asia & India* eingestiegen. Ähnliche „Fund-in-Fund-Investments“ betreibt *Bertelsmann* auch in Brasilien, China, Indien und Afrika.
- *Bertelsmann Digital Media Investments* hat eine Zwölf-Millionen-Dollar-Finanzierungsrunde beim New Yorker Start-up *Suzy* angeführt. Die Firma organisiert Leute, die Tests auf die Alltagstauglichkeit neuer Produkte ausführen.
- Außerdem hat *Bertelsmann* wissen lassen, dass man derzeit *RTL*-Aktien an der Börse kaufe. Um wie viel sich dadurch der Kapitalanteil über die 75,1 Prozent hinaus erhöht hat, wurde nicht mitgeteilt. Eine Komplettübernahme sei nicht geplant, aber man wolle den aktuell niedrigen Aktienkurs nutzen, hieß es.
- Vorstandschef Thomas Rabe hat in einem Interview (FAS, 22. 3. 20) sein Angebot erneuert, *ProSiebenSat.1* zu übernehmen. Er sei sich im Klaren darüber, dass das aus regulatorischen Gründen „momentan schwierig“ wäre, doch „irgendwann sollte das möglich sein“. Mehr als rhetorischen Wert dürfte die Offerte allerdings nicht haben, denn zur Zeit sind dort ganz andere Investoren am Werk (siehe unten).

*Bertelsmann kauft RTL-Aktien an der Börse.*

## ProSiebenSat.1 Media Group SE

Die Meldung passte zum Gesamtbild: *ProSiebenSat.1* teilte am 30. März 2020 mit, dass man das Zahlungsziel für offene Rechnungen bei Gläubigern von 30 auf 90 Tage verlängern werde. Man wolle sich dadurch die „nötige finanzielle Flexibilität“ sichern. Wer eine solch peinliche Verlautbarung abgibt, der muss es bitter nötig haben.

Die Geschäftszahlen für 2019 zeichnen auf den ersten Blick ein anderes Bild. Der Umsatz ist um 3,1 Prozent gestiegen, das EBITDA sogar um fast die Hälfte. Bei Letzterem gilt das allerdings nur für den Bruttowert. Berücksichtigt man Sondereffekte, dann ist er um 13,9 Prozent gesunken. Der Nettoprofit (Konzernergebnis) hat sogar um 39,3 Prozent (bereinigt um 28,5 Prozent) unter dem Vorjahreswert gelegen. Die Gewinnmarge (EBITDA : Umsatz) lag nur noch bei 21,1 Prozent und verfehlte das im November 2019 bekräftigte Jahresziel von 22 bis 25 Prozent.

*Der Umsatz ist 2019 gestiegen, der bereinigte Gewinn wurde kleiner.*

**Wirtschaftszahlen der ProSiebenSat.1 Media SE (Millionen Euro)**

	2017	2018	2019	19/18 (%)
Außenumsatz	4.078	4.009	4.135	+ 3,1
- Entertainment	.2.737	2.626	2.518	- 4,1
- Content Prod. & Global Sales	.523	552	652	+ 18,1
- Commerce	.818	831	965	+ 16,1
EBITDA	1.084	570	838	+ 47,0
Bereinigtes EBITDA	1.050	1.013	872	- 13,9
- Entertainment	898	881	726	- 17,6
- Content Prod. & Global Sales	19	31	48	+ 54,8
- Commerce	135	103	98	- 4,9
Konzernergebnis		412	250	- 39,3
Bereinigtes Konzernergebnis	550	541	387	- 28,5
Operative Kosten	3.053	3.027	3.297	+ 8,9
Nettofinanzschulden (31.12.)	1.632	2.163	2.245	+ 3,8
Beschäftigte (Jahresdurchschnitt)	6.438	6.532	7.265	+ 11,2

Quelle: Pressemitteilungen der ProSiebenSat.1 Media SE, 5. 3. 2020 und 7. 3. 2019; Geschäftsbericht 2019, S. 90, 100

Der Grund für die kleineren Profite ist leicht zu erkennen: Der Bereich „Entertainment“ (d. h. Fernsehen und Streaming), der 62 Prozent des Konzernumsatzes umfasst, schrumpft bei allen Kennziffern. Die Werbeeinnahmen sind um fünf Prozent zurückgegangen. Hinzu kamen teure Investitionen in den Konzernumbau, die das Ergebnis drückten. Die Geschäftsbereiche „Content Production & Global Sales“ (*Red Arrow Studios*) und „Commerce“ (*NuCom Group*) sind gewachsen, konnten die Verluste im Stammgeschäft aber nicht ausgleichen. Die Nettofinanzschulden haben zugenommen und machen mehr als die Hälfte des Konzernumsatzes aus.

*Die Entertainment-Sparte steht unter Druck.*

Was den *P7S1*-Konzern in die Schlagzeilen brachte waren allerdings nicht die dürftigen Geschäftszahlen. Ende März 2020 ist der Vorstandsvorsitzende Max Conze fristlos entlassen worden. Damit leistet sich der Münchener Konzern mitten in der Corona-Pandemie eine veritable Führungskrise. Denn zwei Wochen vorher ist Conzes Vize Conrad Abert im offenen Streit mit seinem Chef von Bord gegangen, so wie vor ihm schon vier andere Spitzenmanager. Dabei war Conze selbst nur knapp zwei Jahre im Amt. Sein Vorgänger Thomas Ebeling musste den Konzern verlassen, weil er in einem Interview sein Stammpublikum geschmäht hatte.

*Akute Führungskrise bei P7S1*

Der Rauswurf Conzes geschah offensichtlich auf Druck der neuen Großaktionäre, die sich seit Sommer 2019 bei *P7S1* eingekauft haben (QB 4/19-2, S. 3). Dieser Vorgang ist durch die spektakulären Personalvorgänge in den Hintergrund getreten: Zwei Investoren sind dabei, die Macht bei *ProSiebenSat.1* zu übernehmen. Dies ist zum Einen die italienische *Mediaset*, die vom Berlusconi-Clan kontrolliert wird. Sie hat in mehreren Stufen teils direkt, teils über ihre spanische Tochtergesellschaft 20,1 Prozent der Aktien gekauft. Beim *Bundeskartellamt* hat sie die Absicht angemeldet, einen „wettbewerblich erheblichen Einfluss“ (d. h. mehr als 25 Prozent) erwerben zu wollen. Daneben haben zwei tschechische Investoren, Daniel Křetínský und Patrik Tkac, über ihre *Czech Media Invest* (CMI) 10,1 Prozent der Aktien zusammengekauft. Auch hier ist eine weitere Aufstockung zu erwarten.

*Investoren nutzen den niedrigen Aktienkurs und kaufen sich bei P7S1 ein.*

Dies wird den beiden leicht gemacht, weil in der Ära Conze der Kurs der P7S1-Aktie auf einen Tiefstand gesunken ist. Die Papiere waren im April 2020 zeitweise für weniger als sieben Euro zu haben; seit Jahresbeginn 2020 ist der Börsenwert des Konzerns mehr als halbiert worden. Durch die Corona-Krise steht der Kurs seither noch weiter unter Druck.

Zwar sieht es nicht danach aus, dass *Mediaset* und *CMI* strategisch abgestimmt vorgehen, aber im Fall Conze haben sie ihren Einfluss gebündelt. Das ist auch in anderen Fällen, bei denen ihre Interessen parallel laufen, zu erwarten. Berlusconi baut derzeit einen europäischen Fernsehkonzern *Media for Europe* (MFE) mit Sitz in Holland auf. Dort will man erklärtermaßen die Entertainment-Sparte von *ProSiebenSat. 1* integrieren. Max Conze hat das zwar abgelehnt, aber er ist Geschichte.

*Ein mögliches Szenario für die nähere Zukunft: die Aufspaltung*

Voraussetzung dafür wäre es allerdings, dass der Konzern zerschlagen wird. Das wiederum käme den Interessen der Tschechen entgegen, für die ihre Beteiligung nur ein lukratives Investment sein soll. Einzelne Teile eines Unternehmens lassen sich teurer weiterverkaufen als der Gesamtkonzern. Erste Verlautbarungen nach dem Führungswechsel deuten in dieser Frage einen Kurswechsel an. Man wolle sich wieder auf das Kerngeschäft, d. h. Fernsehen, konzentrieren, wurde Conzes Nachfolger Rainer Beaujean zitiert.

Kurz vor Conzes Abgang hatte *P7S1* noch einen erfolgreichen Deal gemeldet: Über die Tochterfirma *NuCom* wurde für 538 Millionen US-Dollar (495 Millionen Euro) die US-Kuppelplattform *The Meet Group* übernommen. Sie ergänzt das bestehende Portfolio *Parship* und *Elite-Partner*. Zusammen mit der *Meet-Group* werde man „zu einem der führenden Anbieter im internationalen Online-Dating-Markt“ aufsteigen, hieß es in Unterföhring. Weil die *P7S1-Gruppe* den Kaufpreis nicht allein aufbringen konnte, ist sie an der neuen Gesellschaft nur mit 55 Prozent beteiligt, den Rest hält der Finanzinvestor *General Atlantic*. Dieser ist außerdem seit Anfang 2018 mit inzwischen 28 Prozent an der *NuCom Group* beteiligt. Sie entspricht dem Geschäftsbereich „Commerce“ mit – neben *Parship* – Portalen wie *Verivox*, *Flaconi*, *Amorelie* u. a. Die *NuCom* wurde aus der Konzernstruktur von *P7S1* ausgegliedert und steht perspektivisch zum Verkauf, denn Finanzinvestoren sind nicht an einem längerfristigen Investment interessiert.

*P7S1 hat The Meet Group übernommen.*

Beim Geschäftsbereich „Content Production & Global Sales“ war man da schon weiter. Sie steht für die Produktionsfirma *Red Arrow Studios* mit etwa 20 Firmen in den USA, Deutschland und Großbritannien. Im Sommer 2019 waren Pläne bestätigt worden, diesen Bereich abzustoßen, bis Ende 2019 sollte eine Entscheidung fallen. Anfang März 2020 hieß es nun, dass das Vorhaben zurückgestellt werde, weil kein angemessener Preis zu erzielen sei.

*Der geplante Verkauf der Red Arrow Studios wurde abgeblasen.*

Es ist gut möglich, dass die Corona-Krise einen Strich durch solche Rechnungen macht. Grundsätzlich allerdings bleiben die Interessenlagen bestehen. Von den drei Geschäftsbereichen bei *ProSiebenSat. 1* stehen zwei zur Disposition. Wenn sie verkauft werden, bleibt von *P7S1* nur das Unterhaltungsgeschäft (Fernsehen und Streaming) übrig. Es wäre alleine nicht überlebensfähig, als Bestandteil eines europäischen Konzerns unter *Mediaset*-Kommando aber wohl. So könnte das Szenario der neuen Großaktionäre aussehen, denn in dieser Hinsicht sind deren Interessen gleichgerichtet.

## Axel Springer SE

Von einer Aufspaltung des Konzerns war auch bei *Axel Springer* die Rede – allerdings nur gerüchteweise. Offiziell wurde dementiert, dass die publizistischen Bereiche und das medienferne Digitalgeschäft getrennt werden sollen. Es wäre allerdings verwunderlich, wenn es solche Überlegungen nicht gäbe, denn *Springer* hat mit dem Finanzinvestor *KKR* einen neuen Hauptaktionär (47,6 Prozent), und den dürfte die „Wahrung des publizistischen Erbes“, auf das die Verlegerin Friede Springer (42,6 Prozent) nach eigenen Worten so großen Wert legt, kaum interessieren. Der Profitlogik zufolge wäre man die Printmedien, zumindest aber die defizitäre „Welt“, besser heute als morgen los.

*KKR hat letztendlich 47,6 Prozent der Springer-Aktien gekauft und gibt nun den Ton an.*

*Springers* Geschäftszahlen des vergangenen Jahres zeigen die unterschiedliche Entwicklung der einzelnen Segmente. Der Konzernumsatz ist um 2,2 Prozent auf 3,1 Milliarden Euro gesunken. Das sei auf den Verkauf von Unternehmensteilen (*@Leisure-Gruppe, aufeminin*) zurückzuführen; organisch sei der Umsatz stabil gewesen. Das EBITDA ist deutlich stärker, um 14,5 Prozent, geschrumpft. Hierfür werden neben den Konsolidierungseffekten auch Rückstellungen für „Restrukturierungsmaßnahmen“ (sprich: Personalabbau) als Ursache genannt. Organisch sei das bereinigte EBITDA um 11,0 Prozent gesunken. Der Nettoprofit (Überschuss) lag um mehr als ein Drittel unter dem Wert des Vorjahrs und um knapp zwei Drittel unter dem von 2017.

*2019 ist der Konzernumsatz gesunken, organisch blieb er stabil.*

### Wirtschaftszahlen der Axel Springer SE (Millionen Euro)

	2017	2018	2019	19/18 (%)
Umsatz	3.055,5	3.180,7	3.112,1	- 2,2
- Werbung	2.014,1	2.159,2	2.126,3	- 1,5
- Vertrieb	633,0	591,7	561,4	- 5,1
- Ausland	1.329,8	1.406,5	1.416,2	+ 0,7
- Digitale Aktivitäten	.	2.206,4	2.247,9	+ 1,9
- News Media (Bezahlangebote)	1.509,8	1.496,2	1.430,9	- 4,4
- Classifieds Media (Rubriken)	1.007,7	1.212,5	1.213,8	+ 0,1
- Marketing Media (Vermarktung)	477,3	418,3	421,6	+ 0,8
- Services/Holding	60,7	53,7	46,0	-14,4
Betriebsergebnis (EBITDA), bereinigt	645,8	737,9	630,6	- 14,5
- News Media	218,8	228,2	138,5	- 39,3
- Classifieds Media	413,2	487,2	468,4	- 3,8
- Marketing Media	95,6	89,6	107,8	+ 20,3
- Services/Holding	- 81,7	- 67,0	- 84,1	-
Überschuss	378,0	208,4	134,6	- 35,4
Überschuss bereinigt	327,5	335,7	263,7	- 21,5
Investitionen	200,9	225,3	249,2	+ 10,6
Nettoverschuldung/-liquidität	1.020,2	1.249,2	1.953,0	+ 56,3
Beschäftigte (Durchschnitt)	15.836	16.350	16.120	- 1,4

Quelle: Geschäftsbericht 2019, S. 3, 29; Pressemitteilung vom 7. 3. 2019 und 11. 3. 2020

Von den drei Segmenten ist nur das kleinste – Marketing Media – gewachsen. Das Rubrikengeschäft (Classifieds Media) hat stagniert, die journalistischen Bereiche (News Media) mussten Verluste hinnehmen. In diesem Bereich sind denn auch harte Sparmaßnahmen am Laufen.

Bei der „Bild“- und der „Welt“-Gruppe will *Springer* erklärtermaßen 50 Millionen Euro einsparen. Über den Stellenabbau gibt es keine verlässlichen Zahlen, von 100 bis 200 ist die Rede. Dies soll größtenteils über Abfindungsangebote erreicht werden. Der Vorstandsvorsitzende Mathias Döpfner zeigte sich Mitte März 2020 zuversichtlich, dass man ohne betriebsbedingte Kündigungen auskommen werde. Ganz ausschließen wolle er dies aber nicht, betonte er.

*Das Sparprogramm läuft, betriebsbedingte Kündigungen bleiben möglich.*

Gespart wird nicht überall, im Gegenteil: In „digitale Wachstumsprojekte“ bei „Bild“ und „Welt“ will *Springer* bis 2022 rund 100 Millionen Euro investieren. Der Schwerpunkt liege auf Live-Berichterstattung, Bezahlhalten und Sport. Kürzlich hat man sich sogar für das Streamingangebot „Bild Digital Live TV“ eine Rundfunkzulassung besorgt. International sollen die Marken *Insider* und *Upday* ausgebaut werden. Auch beim Jobportal *Stepstone* wird investiert. Die internationale Plattform will im laufenden Jahr einen hohen zweistelligen Millionenbetrag für Werbung ausgeben. Im vergangenen Jahr hat *Stepstone* mehrere größere Firmen (*Studydrive*, *PersonalMarkt*, *Appcast*) übernommen.

*Ins Digitalgeschäft wird stark investiert.*

Seit dem 6. April 2020 ist die *Axel Springer* SE nicht mehr an der Börse gelistet. *KKR* hat die verbliebenen Kleinaktionäre ausgekauft und so seinen Kapitalanteil auf 47,6 Prozent erhöht. Damit ist klar: Ohne die Zustimmung der des Investors geht bei *Springer* nichts mehr, und gegen seinen Willen auch nicht. In diesem Rahmen hat das Konzernmanagement freie Hand bei seiner Geschäftspolitik und muss sich nicht mehr um den kurzfristigen Börsenkurs kümmern. Mathias Döpfner hatte diesen Umstand 2019 als ein starkes Argument für das „Delisting“ genannt. Das bedeutet aber nicht, dass die Rendite hintangestellt werden wird, im Gegenteil. In fünf bis sieben Jahren steht für *KKR* der „Exit“ an, dann will man die *Springer*-Aktien mit hohem Profit wieder verkaufen.

*Springer ist nicht mehr börsennotiert.*

Bei *Springer* hat man sich auf diesen Deal eingelassen, weil anders die geplante Expansion bei den digitalen Geschäftsfeldern nicht finanziert werden könnte. Schon seit längerem versucht man, eines der großen Rubrikenportale zu kaufen, um das Segment „Classifieds Media“ zu stärken. Der Konzern will zum digitalen Weltmarktführer aufsteigen, ließ Mathias Döpfner in aller Bescheidenheit wissen. Im vergangenen Jahr stand die *Scout24-Gruppe* ganz oben auf der Liste, aber dort musste man sich dem Finanzkapital geschlagen geben. Das Portal ging für 2,9 Milliarden Euro an *Hellman & Friedman*. Aktuell will *Ebay* seine Sparte Kleinanzeigen loswerden. Aber auch hier haben neben *Axel Springer* andere internationale Investoren (*TPG*, *Blackstone*) Interesse angemeldet. Was aus derartigen Plänen angesichts der Corona-Krise werden wird, bleibt abzuwarten. *KKR* und *Springer* könnten auf ihrem vielen Geld für längere Zeit sitzen bleiben.

*Springer würde gerne Ebays Kleinanzeigenportale kaufen.*



## Heinrich Bauer Verlag KG

Auf der zentralen Webseite des *Bauer-Konzerns*, der öffentlich als *Bauer Media Group* auftritt, wird dem am Unternehmen interessierten Leser der Umsatz aus dem Jahr 2016 mitgeteilt. Das zeigt mehr als Worte die „Zurückhaltung“, die das Unternehmen bei Angaben zu seiner wirtschaftlichen Lage pflegt. Konsequenterweise findet sich dort auch kein „Presse“-Button. Immerhin ist das Unternehmen gezwungen, im *Bundesanzeiger* einen Geschäftsbericht zu hinterlegen. Mehr als eine Bilanz und einige dürre Umsatzzahlen werden dort aber auch nicht genannt. Die Rechtsform der Kommanditgesellschaft macht's möglich.

*Bauer hat 2018 rund 2,3 Milliarden Euro umgesetzt.*

### Wirtschaftszahlen der Bauer Media Group (in Millionen Euro)

	2016	2017	2018	18/17 %
Konzernumsatz	2.316	2.354	2.322	- 1,4
- <i>Print</i>	1.689	.	1.800	-
- <i>Radio</i>	320	.	440	-
- <i>Digital</i>	122	.	120	-
Beschäftigte (Schätzung)	11.492	10.810	10.729	- 0,8

Quelle: Pressemitteilungen der Bauer Media Group, 23. 9. 2016; *Bundesanzeiger*, 17. 1. 2020

Zum Konzern gehören weltweit mehr als 600 Zeitschriften mit einer Gesamtauflage von 1,3 Milliarden Exemplaren, sowie Beteiligungen an mehr als 100 Radio- und Fernsehsendern. Das verschachtelte Unternehmen ist in 20 Ländern aktiv.

Anfang April 2020 hat *Bauer* seinen Ruf, ein besonders skrupelloser Kapitalist zu sein, wieder einmal unter Beweis gestellt. Per Pressemitteilung erfuhr die Öffentlichkeit in Neuseeland davon, dass ab sofort alle Zeitschriften des Konzerns ihr Erscheinen einstellen und die Onlineportale stillgelegt werden. Die über 300 Beschäftigten bei *Bauer Media New Zealand* wurden angewiesen, ab 2. April nicht mehr ins Büro zu kommen. Das Geschäftsmodell rentiere sich nicht mehr, wurde zur Begründung mitgeteilt. Die Regierung in Wellington hatte eine Stilllegung von Magazinen als Teil der Anti-Corona-Strategie verfügt, bot aber staatliche Unterstützung für die Gehaltszahlungen an. *Bauer* hat sich darum nicht beworben.

*Bauer macht in Neuseeland dicht.*

Zeitgleich mit der Liquidierung in Neuseeland hat *Bauer* sein Geschäft im benachbarten Australien ausgebaut. Ende 2019 ist der Event-Veranstalter *The High Tea Party* gekauft worden. Außerdem wurde mit der Verlagsgruppe *Pacific Magazines* die Übernahme von *Seven West Media* für 40 Millionen australische Dollar (23 Millionen Euro) vereinbart. Dieser Deal ist Anfang April 2020 von den Kartellbehörden genehmigt worden, allerdings will *Bauer* vor dem Hintergrund der Corona-Krise wieder aussteigen. *Pacific Media* will nun den Verkauf vor Gericht erzwingen lassen.

*Expansion in Australien – oder doch nicht?*

In Deutschland hat der Konzern im Februar 2020 beschlossen, seine „Yellow-Titel“ und die „Women's Weeklies“ ab August 2020 komplett in Hamburg erstellen zu lassen. Der bisherige Standort Rastatt wird aufgegeben, die rund 80 Beschäftigten dürfen an die Elbe umziehen. Da ein Teil von ihnen das vermutlich nicht tun wird, läuft der Beschluss auf Personalabbau hinaus.

Anfang Januar 2020 hat *Bauer* von *DuMont* für vermutete 50 Millionen Euro die „Mitteldeutsche Zeitung“ in Halle gekauft. Zusammen mit der „Magdeburger Volksstimme“ deckt der Konzern jetzt das gesamte Bundesland Sachsen-Anhalt ab und erreicht eine Auflage von rund 300.000.

*Bauer ist in Sachsen-Anhalt Zeitungs-Monopolist.*

## Funke-Mediengruppe GmbH & Co. KGaA

Für die Essener *Funke-Gruppe* ist das Geschäftsjahr 2018 schlechter verlaufen als vorausgesagt. Mit den Worten des Berichts, wie er im *Bundesanzeiger* nachzulesen ist: „Für die Kennzahl EBITDA war ein Wert analog zum Geschäftsjahr 2017 prognostiziert. Mit einer Verminderung um 6,0 % wurde die Erwartung nicht erreicht. (...) Für 2018 wurde ein Anstieg des Konzernumsatzes im unteren einstelligen Prozentbereich erwartet. Tatsächlich sank der Umsatz um rund 3,3 %.“

*Bei Funke liefen 2018 die Geschäfte schlechter als vorausgesagt.*

### Wirtschaftszahlen der Funke Mediengruppe (in Millionen Euro)

	2016	2017	2018	18/17 (%)
Umsatz gesamt	1.303	1.258	1.217	- 3,3
davon				
- Tageszeitungen	592	554	532	- 4,0
- Anzeigenblätter	171	164	158	- 3,7
- Zeitschriften	381	377	358	- 5,0
- Druckerei	38	25	16	- 36,0
- Elektronische Medien	56	63	84	+ 33,3
- Sonstige	66	76	69	- 9,2
EBITDA	199	182	171	- 6,0
Konzernergebnis	150,3	- 10,5	- 12,9	-
Beschäftigte ohne Zusteller	6.453	6.428	6.271	- 2,4

Quelle: *Bundesanzeiger*, 16. 2. 2018, 14. 12. 2018 und 13. 2. 2020

Für den Rückgang werden hauptsächlich die Zeitungen und Anzeigenblätter verantwortlich gemacht. Dort habe man 28 Millionen weniger Werbeeinnahmen erzielt als 2017. Ähnliches gilt – geringer – bei den Zeitschriften. Die Elektronischen Medien haben zwar zugelegt, bilden aber nach wie vor einen Randbereich. Unterm Strich hat die *Funke-Gruppe* einen Verlust von 12,9 Millionen Euro eingefahren.

Die *Funke-Gruppe* erscheint im Geschäftsbericht als rein deutsches Unternehmen, ohne Tochterfirmen jenseits der Grenzen. Das stimmt aber nicht ganz, denn in Österreich bestehen noch Beteiligungen am Krawallblatt „Kronen Zeitung“ und am „Kurier“. Bei beiden Titeln hält die *WAZ Ausland Holding GmbH* 50 Prozent, der Rest gehört den Erben des Verlegers Dichand. Die *WAZ Ausland Holding* wiederum hat *Funke* im November 2018 zu 49 Prozent an die *Signa-Holding* des Investors René Benko verkauft, dem u. a. die *Kaufhof-Karstadt-Gruppe* gehört. Bei der „Krone“ wird seit Jahrzehnten ein bösartiger und erbitterter Streit zwischen den Eigentümergruppen geführt. Es geht um den Einfluss auf das Blatt und um strategische Entscheidungen. Anfang Januar 2020 haben *Funke* und Benko bei der Wiener Wettbewerbsbehörde die alleinige Kontrolle über die „Krone“ angemeldet, die Dichands haben dem umgehend widersprochen.

*Der Streit um die österreichische „Krone“ geht in eine neue Runde.*

## Andere Medienunternehmen

### ARD und ZDF

Ende Februar 2020 hat das Gezerre um die Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ein vorläufiges Ende gefunden. Die *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* (KEF) hat ihre vorläufige Empfehlung vom Dezember 2019 bestätigt und sich für eine Erhöhung um 86 Cent auf 18,36 Euro pro Monat ausgesprochen (QB 4/19-2, S. 6). Die Ministerpräsidenten der Bundesländer haben dies akzeptiert, die Bestätigung durch die Landtage dürfte sicher sein. Eine zeitweilig erwogene Umstellung der Finanzierung auf ein Indexmodell (die automatische Anpassung des Beitrags entsprechend einer ökonomischen Kennziffer) fand keine Mehrheit bei den Landesregierungen.

*Die KEF „empfiehlt“, den Rundfunkbeitrag ab 2021 auf 18,36 Euro anzuheben.*

Die *ARD* hatte eingewandt, dass eine Erhöhung um 86 Cent de facto eine Nullrunde bedeutet. Begründung: Die Anstalten hatten nach der Umstellung von der Rundfunkgebühr auf den Rundfunkbeitrag 2013 anfänglich höhere Erträge als erwartet erzielt. Deshalb mussten sie eine Zwangsrücklage anlegen, die sie in den letzten beiden Jahren aufzehren konnten. Dadurch war ab 2019 ihr Finanzvolumen (Beitragseinnahmen plus Rücklage) auf monatlich 18,35 Euro angestiegen – gerade einen Cent unter der Summe, die von 2021 an gelten soll.

*De facto wird damit der Rundfunkbeitrag auf dem bisherigen Niveau gehalten.*

Die *KEF* widerspricht dieser Rechnung mit mehreren Argumenten. So würden die Beitragseinnahmen vermutlich steigen, weil die Zahl der Haushalte zunimmt. Das ist aber eine Spekulation; genauso gut kann die Zahl der beitragsfreien Haushalte steigen, weil sich die Wirtschaftslage verschlechtert (die Corona-Folgen sind dabei ohnehin noch nicht berücksichtigt). Ein anderes Argument der *KEF* lautet, dass höhere Erlöse aus Werbung und Sponsoring zu erwarten seien. Das ist wenig wahrscheinlich, der Aufschwung beim Video- und Audiostreaming lässt eher das Gegenteil erwarten. Schließlich werden Rücklagen bei einzelnen *ARD*-Anstalten ins Spiel gebracht. Das sind aber einmalige Effekte, die nicht als Argument für eine längerfristige Deckelung des Einnahmeniveaus taugen.

Trotz alledem haben *ARD* und *ZDF* die neue Regelung ohne Widerspruch hingenommen. Das ist nur durch immensen politischen Druck zu erklären. Die Folge werden weitere Sparrunden sein, obwohl eigentlich höhere Investitionen nötig wären, um im Streamingkampf mithalten zu können.

*ARD und ZDF haben dem künftigen Beitrag zugestimmt.*

### Zwei Insolvenzen

Noch vor dem Beginn der Corona-Krise haben zwei traditionsreiche mittelständische Zeitschriftenverlage Insolvenz angemeldet. Die Ursachen sind unterschiedlich, die Auswirkungen auf die Beschäftigten in beiden Fällen dramatisch.

Die *wdv Gesellschaft für Medien und Kommunikation mbH & Co. OHG* ...

... in Bad Homburg, 1948 gegründet, hatte sich schon frühzeitig auf Kundenzeitschriften spezialisiert und entwickelte sich hier zu einem der führenden Anbieter mit zeitweilig um die 300 Beschäftigten. Schwerpunkte waren Renten- und Krankenversicherungen, speziell die *AOK*. Für diese hatte sie ein crossmediales Kommunikationssystem entwickelt, dessen Kern die Mitgliederzeitschrift „Bleib gesund“ bildete.

Ausflüge in verwandte Branchen (PR, Touristik) scheiterten oder blieben marginal, die Gewinnung zusätzlicher Auftraggeber gestaltete sich schwierig. So blieb die Abhängigkeit von Großkunden AOK bestehen. Als *WDV* im Herbst 2019 dessen Zehn-Millionen-Euro-Etat verlor, brach die tragende Säule des Geschäfts zusammen. Ende Januar 2020 hat das Unternehmen eine Insolvenz in Eigenverwaltung beantragt, Ende Februar wurde dem stattgegeben. Von den 265 Beschäftigten haben etwa 160 ihren Arbeitsplatz verloren, schwerpunktmäßig in Redaktionen und Verlagsverwaltung.

*Media Group Medweth GmbH und OZ-Verlags GmbH ...*

... sind zwei verbundene Unternehmen im badischen Rheinfeldern, die Ende Februar 2020 Insolvenz angemeldet haben. Vorangegangen war ein wirtschaftlicher Niedergang, für den es in diesem Ausmaß wenige Beispiele gibt.

Die Firma war 1966 als Druckerei gegründet worden, 1976 kam ein Zeitschriftenverlag hinzu, 1996 erfolgte die Aufspaltung in Druckerei und Verlag. Ab dem Jahr 2000 führen die Eigentümer einen raschen Expansionskurs durch Firmenübernahmen, die Gründung eines Standbeins in der Schweiz und Joint Ventures mit *Axel Springer* und *Weltbild*. In München wurde eine Dependence geschaffen. Für das Jahr 2006 meldete *Medweth* mit 360 Beschäftigten einen Umsatz von 135 Millionen Euro. Drei Jahre später wurden noch der *Christophorus-Verlag* und von *Springer* diverse Zeitschriften gekauft. *Medweth* stieß damit in die Riege der mittelgroßen Magazinverlage vor.

Offensichtlich hat sich das Unternehmen mit seinem Expansionskurs verhoben. Schon im April 2013 wurden im Tochterverlag *Family Media* 18 von 30 Beschäftigten entlassen. Mitte 2018 musste *OZ Druck* mit zuletzt 57 Beschäftigten Insolvenz anmelden und wurde Ende 2019 liquidiert. In den vergangenen beiden Jahren hat *Medweth* einen Titel nach dem anderen verkauft, u. a. „Popcorn“ und „Mädchen“ an *Egmont Ehapa*, „Madame“ an *Bauer* und „Jolie“ an *Klambt*. Im Januar 2020 gingen dann noch „Familie & Co“ und „Baby & Co“ an *IDS*. Jeder dieser Schritte war mit Personalabbau verbunden, sodass beim Insolvenzantrag im Februar 2020 noch rund 60 Beschäftigte im Unternehmen übrig waren.

---

**Kontakt:**

Cornelia Berger  
Bereichsleiterin Medien und  
Publizistik beim ver.di-  
Bundesvorstand  
10112 Berlin  
E-Mail: [cornelia.berger@verdi.de](mailto:cornelia.berger@verdi.de)

Dr. Gert Hautsch  
Fachjournalist  
60318 Frankfurt a. M.

**V. i. S. d. P:**

Christoph Schmitz  
Leiter Fachbereich Me-  
dien, Kunst  
und Industrie  
Paula-Thiede-Ufer 10  
10179 Berlin