

Friede Springer verschenkt eine Milliarde

Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft Juli bis September 2020
Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

22. Oktober 2020

Die Corona-Pandemie wird nach Einschätzung von Marktbeobachtern die Machtverhältnisse auf den globalen und vielen nationalen Medienmärkten verschieben, und zwar zugunsten der führenden US-amerikanischen Digitalkonzerne. Die GAFA (*Google, Apple, Facebook, Amazon*) konnten schon im vergangenen Jahr ihre Marktanteile ausbauen, im ersten Halbjahr 2020 erst recht.

Facebook beispielsweise hat im zweiten Quartal und im Juli 2020 seinen Werbeumsatz um gut zehn Prozent gesteigert. *Amazon* hat im gleichen Zeitraum den Umsatz um 41 Prozent nach oben geschraubt. Nur *Google* musste bei den Werbeerlösen ein Minus von acht Prozent hinnehmen – Analysten hatten aber Schlimmeres erwartet. Inzwischen sei man wieder auf Expansionskurs, versichert der Konzern. *Apple* hat fürs zweite Quartal 2020 ein Wachstum beim Umsatz von elf Prozent und beim Gewinn von 18 Prozent gemeldet.

Die globalen digitalen Werbeausgaben werden 2020 vermutlich um zwei Prozent schrumpfen. Das schätzt die Agenturgruppe *Zenith* in ihrem „Advertising Expenditure Forecast“ (Juli 2020). Wenn gleichzeitig die GAFA ihre Erlöse steigern, bedeutet das wachsende Marktanteile. Das Duo *Google-Facebook* hat schon 2019 rund 60 Prozent der globalen digitalen Werbeeinnahmen auf sich gezogen, 2020 dürften es noch deutlich mehr werden. Das besagen Schätzungen des Marktforschungsinstituts *E-Marketer*.

In Deutschland entwickelt sich die Lage ähnlich. Die *Organisation der Media-agenturen* *OMG* schätzt, dass die gesamte digitale Werbung 2020 um drei Prozent zunehmen wird. *Google* und *Facebook* werden hingegen im mittleren bis oberen einstelligen Bereich wachsen, *Amazon* um etwa zehn Prozent. Der Anteil dieser drei zusammen soll erstmals über 30 Prozent liegen (2019: 28 Prozent).

Die Pandemie sorgt dafür, dass die US-Digitalkonzerne noch mächtiger werden.

Bertelsmann SE & Co. KGaA

Der größte deutsche Medienkonzern hat das erste Halbjahr 2020 vergleichsweise gut überstanden. Trotz der pandemiebedingten Geschäftseinbrüche, insbesondere bei den Werbeerlösen, ist der Gesamtumsatz nur um 8,9 Prozent gesunken, organisch – d. h. um Sondereinflüsse bereinigt – waren es minus 7,9 Prozent. Beim Profit sieht es unterschiedlich aus: Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) schrumpfte um fast ein Viertel, der Konzerngewinn hingegen blieb nahezu gleich. Letzteres wurde in der Berichterstattung der Medien wohlwollend hervorgehoben. Konzernchef Thomas Rabe führte das auf Bertelsmanns „breites Konzernportfolio und den hohen Anteil digitaler Geschäftsmodelle“ zurück. „Die Rückgänge bei den Werbeerlösen konnten insbesondere durch die gut laufenden Buchverlage, das Musikgeschäft, die Arvato-Dienstleistungsgeschäfte und das Bildungsgeschäft, aber auch durch aktives Kosten- und Cashflow-Management zu einem beträchtlichen Teil ausgeglichen werden.“

Bei Bertelsmann ist der Nettoprofit nur leicht gesunken – und das ist ja die Hauptsache.

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

	2018	2019	2020	2020/19 (%)
Außenumsatz	8.237	8.612	7.848	- 8,9
- RTL-Group (Fernsehen)	3.046	3.173	2.652	- 16,4
- Arvato (Technik, Dienstleistungen)	2.002	2.049	2.095	+ 2,2
- Penguin Random House (Bücher)	1.482	1.650	1.627	- 1,4
- Gruner+Jahr (Presse)	701	677	524	- 22,6
- Printing Group (Druck)	768	766	650	- 15,1
- BMG (Musik)	241	269	282	+ 4,8
- Education Group (Bildung)	111	168	158	- 6,0
- Investments ¹	5	6	6	0,0
- Corporate Center/Konsolidierung	- 119	- 146	- 145	-
EBITDA (operational)	1.120	1.336	1.029	- 23,0
- RTL-Group (Fernsehen)	643	665	382	- 42,6
- Arvato (Technik, Dienstleistungen)	175	263	305	+ 16,0
- Penguin Random House (Bücher)	171	227	209	- 7,9
- Gruner+Jahr (Presse)	51	62	28	- 54,8
- Printing Group (Druck)	28	30	19	- 36,7
- BMG (Musik)	42	49	49	0,0
- Education Group (Bildung)	10	41	40	- 2,4
- Investments ¹	45	- 9	23	-
- Corporate Center/Konsolidierung	- 49	- 44	- 20	-
EBIT (um Sondereinflüsse bereinigt)	769	824	805	- 2,3
Konzerngewinn	501	502	488	- 2,9
Investitionen	497	612	1.139	+ 86,1
Nettofinanzschulden	3.932	3.983	3.392	- 14,8
Beschäftigte	120.807	125.931	126.398	+ 0,4

¹ Die Geschäftsentwicklung von Bertelsmann Investments wird im Wesentlichen auf der Basis des EBIT ermittelt.

Quelle: Pressemitteilung der Bertelsmann SE & Co. KG a. A., 29. 8. 2019 und 1. 9. 2020; Halbjahresfinanzbericht 2020, S. 12 f.

Die *RTL-Gruppe*, die ein Drittel des Umsatzes und 37 Prozent des EBITDA im Konzern abliefern, hat stärker unter der Pandemie gelitten. Ihr Umsatz ist im ersten Halbjahr 2020 um 16,4 Prozent gesunken, das EBITDA um 42,6 Prozent. Der Nettoprofit erreichte mit 156 Millionen Euro sogar nur ein gutes Drittel des Vorjahreswerts. Im zweiten Quartal 2020 ist der RTL-Umsatz um 28,3 Prozent gesunken. Dafür werden hauptsächlich die Werbeverluste von rund 40 Prozent aufgrund der Pandemie verantwortlich gemacht.

Die RTL-Gruppe hat deutlich weniger Profit geliefert.

Abgemildert wurden die *RTL-Verluste* durch Erfolge beim Videostreaming. Die beiden kostenpflichtigen Angebote „TV Now“ in Deutschland und „Videoland“ in Holland sind um 45 Prozent gewachsen und meldeten 1,77 Millionen Abonnenten (plus 45 Prozent), das werbefinanzierte „6play“ in Frankreich zählte 17 Millionen Nutzer (plus 6,3 Prozent).

Noch stärker als bei *RTL* ist das Geschäft bei der Preetochter *Gruner+Jahr* geschrumpft. Der Umsatz lag hier im ersten Halbjahr 2020 um knapp ein Viertel unter dem Vorjahreswert, das EBITDA sogar um mehr als die Hälfte. Dabei spielt der Verkauf der *Motorpresse Stuttgart* im vergangenen Jahr eine erhebliche Rolle. Auch die eingebrochene Werbekonjunktur seit dem Frühjahr 2020 wird als Ursache genannt.

G+J ist stark geschrumpft – nicht nur wegen Corona.

Bertelsmann hat trotz der Pandemie im dritten Quartal 2020 Firmen und Beteiligungen gekauft bzw. verkauft. Folgende Vorgänge sind bekannt geworden:

- Die Kölner *RTL Studios* haben den Leipziger Fernsehproduzenten *99pro media* übernommen.
- Der Fonds *Bertelsmann Digital Media Investments* hat sich am New Yorker Digitalvermarkter *Tenovos* beteiligt.
- Die RTL-US-Tochter *SpotX*, die digitale Videoinhalte vermarktet, hat sich am US-Startup *Springserve* beteiligt. Diese Firma „ist auf die Monetarisierung von Werbung in den Bereichen Over-the-Top-TV und Connected TV spezialisiert“.
- *G+J* wird seine Versuchsküche samt Fotostudio schließen. Stattdessen werden zusammen mit der Hamburger Unternehmen *Foodboom* die *Blueberry Food Studios* als Gemeinschaftsfirma gegründet. Dort sollen zehn Leute arbeiten, dafür werden aber 15 Stellen bei *G+J* liquidiert.
- Der Fernsehsender „Super RTL“ (*Bertelsmann/Disney* je 50 Prozent) hat seine Tochterfirma *Scoyo GmbH* an die holländische Firma *Futurewhiz* verkauft.

Portfolio-Veränderungen im ersten Halbjahr 2020

Die deutsche *Verlagsgruppe Random House* hat ihre relative Selbständigkeit verloren. Bei der Fusion der *Bertelsmann-Tochter Random House* und der *Pearson-Tochter Penguin Books* 2013 war vom *Bundeskartellamt* (BKA) zur Auflage gemacht worden, dass die deutsche Sparte aus dem neuen Konzern *Penguin Random House* herausgelöst und separat geführt wird. Das ist mit der Komplettübernahme durch *Bertelsmann* im Juli 2020 hinfällig geworden. Das Unternehmen in München heißt jetzt *Penguin Random House Verlagsgruppe*.

Die deutsche Buchgruppe heißt jetzt Penguin Random House.

Bei der *RTL Group* hat sich der Finanzinvestor *Silchester International* 5,01 Prozent der Anteile zusammengekauft und ist damit zum zweitstärksten Aktionär geworden. *Bertelsmann* hält 76,3 Prozent. Damit kann die Finanzgruppe Einfluss auf die Geschäftspolitik bei *RTL* nehmen.

RTL hat einen neuen Großaktionär.

Bei *Gruner+Jahr* verdichten sich die Hinweise darauf, dass demnächst Zentralredaktionen für bestimmte „Communities of Interest“ (etwa Wirtschaft, Mode, Essen) eingerichtet werden. Denkbar sei es sogar, z. B. aktuelle Themen bei „stern.de“ von der „RTL“-Redaktion zu beziehen – oder umgekehrt. Zentralredaktionen haben das Ziel, Arbeitsplätze zu streichen. Immerhin wird es mit solchen Veränderungen wohl erst im kommenden Jahr etwas werden. Bis Ende 2020 gilt eine Arbeitsplatzgarantie für den Standort Hamburg, die mit dem Betriebsrat bei der Einführung der Kurzarbeit im Frühsommer vereinbart worden ist.

G+J bereitet offenbar Zentralredaktionen vor.

Wo auf jeden Fall Personal reduziert werden wird, ist die Konzernzentrale in Gütersloh. Sie soll bis Mitte 2021 zu so genannten Corporate Centers umgebaut werden. „Im Zuge der Fokussierung der künftigen Aufgaben des Corporate Center werden wir um eine Reduzierung der Personalkosten nicht umhinkommen“, ließ Thomas Rabe Mitte September 2020 wissen. Die Rede ist von rund 100 Arbeitsplätzen.

Personalabbau in der Konzernzentrale

ProSiebenSat.1 Media SE

Die Pandemie hat, wie erwartet, voll auf die Geschäftsentwicklung der *ProSiebenSat.1-Gruppe* durchgeschlagen. Im zweiten Quartal 2020 ist der Umsatz um 25 Prozent, organisch um 26 Prozent gesunken. Gelitten haben die Sparten *Entertainment* (im wesentlichen Fernsehen) wegen der Werbeeinschränkungen und die *Red Arrow Studios* (Programmproduktion) wegen abgesagter bzw. verschobener Projekte. Die *NuCom Group*, bei der diverse Onlineportale gebündelt sind, konnte ihren Umsatz hingegen steigern.

P7S1 erleidet einen Umsatzrückgang.

Auch die Bilanz für das erste Halbjahr 2020 fällt eher trübe aus: Die Erlöse lagen zwar nur 12,2 Prozent niedriger als 2019, das EBITDA ging aber um mehr als die Hälfte zurück, und unterm Strich (Nettoergebnis) blieb ein Verlust von 30 Millionen Euro.

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

	2018	2019	2020	2020/19 (%)
Außenumsatz	1.794	1.860	1.634	- 12,2
- <i>Seven One Entertainment</i>	1.288	1.180	961	- 18,6
- <i>Red Arrow Studios</i>	239	319	236	- 26,0
- <i>NuCom Group</i>	328	397	437	+ 10,1
Betriebsergebnis (EBITDA)	363	384	166	- 56,8
Bereinigtes EBITDA	459	403	180	- 55,3
- <i>Seven One Entertainment</i>	417	375	155	- 58,7
- <i>Red Arrow Studios</i>	13	17	9	- 47,1
- <i>NuCom Group</i>	29	36	28	- 22,2
Nettoergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	153	215	- 30	-
Nettofinanzschulden (30. 6.)	2.199	2.514	2.353	- 6,4

Quelle: Pressemitteilungen der ProSiebenSat.1 Media SE vom 31. 7. 2020 und 7. 8. 2019

Selbstverständlich sieht der neue Vorstandsvorsitzende Rainer Beaujean Licht am Ende des Tunnels: Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in den Kernmärkten Deutschland, Österreich und Schweiz würden sich allmählich aufhellen. Auch auf dem Werbemarkt zeigten sich positive Tendenzen. Für den Juli 2020 gab es ein Minus bei den Werbeerlösen von 20 Prozent, für August und September nur noch minus zehn Prozent. Die Verluste im ersten Halbjahr seien aber bis zum Jahresende nicht auszugleichen.

Als Erfolg wird ein Deal in den USA gewertet. Die Kuppelplattform *Parship Group*, die zu 53 Prozent *P7S1* und zu 43 Prozent *General Atlantic* gehört, hat die Übernahme des US-Konkurrenten *The Meet Group* abgeschlossen. Damit entsteht ein neues Unternehmen, das mit über einer Milliarde Euro bewertet wird (Proforma-Umsatz im ersten Halbjahr 2020: 246 Millionen Euro). Dem Geschäft war die Ausgliederung von *Parship* aus der *P7S1*-Sparte *NuCom Group* und die Neuformierung unter dem Namen *ParshipMeet Group* vorausgegangen. Dadurch wird ein Verkauf erleichtert, der vermutlich ansteht, sobald sich die Rahmenbedingungen dafür verbessert haben.

Die Kuppelplattform Parship ist gewachsen und wurde ausgegliedert.

Rainer Beaujean hat in einem Interview („Handelsblatt“ vom 30. 9. 2020) versichert, dass er keinen verschärften Sparkurs fahren, wohl aber „Beteiligungen abseits des Kerngeschäfts“ verkaufen wolle. („Was aufs Kerngeschäft einzahlt, behalten wir. Der Rest kommt ins Schaufenster oder wird auch mal geschlossen.“) Die Strategie seines Vorgängers Thomas Ebeling, verstärkt auf elektronischen Handel zu setzen, will er korrigieren. Beim Kerngeschäft Entertainment gab er ein „Bekenntnis zum deutschsprachigen Raum“ ab.

Axel Springer SE

Der *Springer*-Konzern hat für das laufende Jahr noch keine Geschäftszahlen veröffentlicht; der Rückzug von der Börse macht's möglich. Stattdessen hat er mit einem Coup an der Konzernspitze für Aufsehen in den Fachmedien gesorgt – allerdings nur dort; in der breiteren Öffentlichkeit fand der Vorgang ein erstaunlich leises Echo. Friede Springer (78), die Witwe des Verlagsgründers Axel Springer, teilte am 24. September 2020 mit, wie sie sich bei der Nachfolge in ihrer Funktion als Verlegerin vorstellt und wie sie sich entschieden hat.

Springer nennt keine Geschäftszahlen mehr.

Der Auserwählte heißt Mathias Döpfner und ist bislang Vorstandsvorsitzender. Er hat von Frau Springer 4,1 Prozent Konzernaktien für 276 Millionen Euro gekauft; 2,8 Prozent gehörten ihm schon vorher. Das war's aber noch nicht: Zusätzlich bekam Döpfner von seiner Gönnerin ein Aktienpaket im Umfang von 15 Prozent geschenkt. Diese großzügige Gabe ist rund eine Milliarde Euro wert. Döpfners Kapitalanteil liegt danach bei 21,9 Prozent.

Friede Springer hat Mathias Döpfner zu ihrem Nachfolger gemacht.

Für solche Transaktionen sind eigentlich hohe Einkommens- und Schenkungssteuern fällig. Dazu haben die Dame und der Herr aber keine Lust. Frau Springer hatte deshalb eine Woche vor dem Verkauf besagte 4,1 Prozent an ihre *Friede-Springer-Stiftung* übertragen. Die ist als gemeinnützig anerkannt und muss weder Schenkungs- noch Einkommensteuer zahlen. Döpfner hat seine Anteile formal von der Stiftung gekauft, der Fiskus geht leer aus.

Mit verwegenen Tricks drücken sich die beiden um die eigentlich fälligen Steuern.

Bei ihm selbst war es etwas komplizierter. Da die Schenkung außerhalb der Familie geschah, wäre der höchste Steuersatz von 50 Prozent fällig. Nur ein kleiner

Freibetrag von 20.000 Euro könnte geltend gemacht werden. Ausnahmeregelungen für Betriebsvermögen greifen nicht, wenn es um weniger als 25 Prozent des Unternehmens geht. Aber für reiche Leute finden sich fast immer Um- und Auswege. Das Zauberwort heißt Pool-Verträge. Friede Springer hat Mathias Döpfner nicht nur 15 Prozent ihrer Aktien geschenkt, sondern ihm auch das Stimmrecht für ihre verbleibenden Anteile von 22,5 Prozent eingeräumt. Der Manager kontrolliert damit mehr als 44 Prozent und kommt über die 25-Prozent-Schwelle. Und deshalb kann er eine „Verschonungsbedarfsprüfung“ beantragen. Wenn sein Privatvermögen kleiner ist als der fällige Steuerbetrag, kann dieser erlassen werden. So wird es wohl kommen, da sind sich alle Beobachter einig.

Döpfner müsste 500 Millionen Euro zahlen – tut er aber nicht.

Ein ähnlicher Trick hat schon vor acht Jahren funktioniert. Im August 2012 verschenkte die Verlegerin ein Aktienpaket von 2,8 Prozent im Wert von 73 Millionen Euro an Mathias Döpfner. Auch dafür musste er kaum Schenkungssteuer bezahlen, wie der *Deutsche Steuerberaterverband* damals vermutete. Genaues weiß man nicht, denn es gilt ja das heilige Steuergeheimnis.

Die neuen Besitzverhältnisse bei der Axel Springer SE sehen so aus (Anteile in Prozent):

KKR	48,6
Friede Springer ¹	22,5
Mathias Döpfner	21,9
Axel Sven Springer	5,0
Ariane Melanie Springer	1,0
Friede Springer Stiftung	1,0

¹ Die Stimmrechte sind an Mathias Döpfner übertragen

Die Auguren in der Fachpresse suchten nach Positivem und wurden fündig. Mathias Döpfner könnte mögliche Steuervergünstigungen nur behalten, wenn er in den kommenden fünf Jahren keine wesentlichen Unternehmensteile verkauft oder im großen Stil Stellen streicht. Für die Belegschaft müsse das beruhigend sein, meint man.

Döpfner habe zudem mit Friede Springer vertraglich vereinbart, dass sie einvernehmlich abstimmen. Damit wolle sie das „publizistische Erbe“ gesichert sehen, insbesondere den Bestand der hochdefizitären „Welt“ als gedruckte Zeitung. Ob diese Hoffnung trägt, darf allerdings bezweifelt werden, denn da gibt es ja noch einen anderen Mitspieler: Der Finanzinvestor *KKR* hat sich in den vergangenen Monaten Aktien von knapp unter 50 Prozent zusammengekauft und kontrolliert mehr Kapital als Mathias Döpfner. Bei den Anteilen der Axel-Springer-Enkel (sechs Prozent) besitzt er ein Vorkaufsrecht. Finanzinvestoren sind ihren Kapitalgebern hohe Renditen schuldig und pfeifen für Mätzchen wie ein publizistisches Erbe wenig Verständnis zu zeigen. Der Druck auf den neuen Verleger Döpfner, den Konzern auf Kosteneffizienz zu trimmen, dürfte steigen.

Ob das „publizistische Erbe“ gesichert bleibt, sei dahingestellt.

Dabei spielt die Corona-Pandemie die Rolle eines Beschleunigers. Das Rubrikengeschäft („Classifieds Media“) war bislang das renditestärkste Geschäftsfeld im Konzern. Diese Plattformen stehen nun unter Druck, weil die Perspektiven für die Geschäfte von Immobilien-, Job- und Autobörsen unsicher sind. Döpfner wollte eigentlich diese Sparte durch milliardenschwere Zukäufe stärken, ist aber schon zweimal gescheitert (bei *Scout 24* und *Ebay*). Auch die Übernahme der Nachrichtenagentur *Reuters* hat sich offenbar zerschlagen.

ARD und ZDF

Die Beitragseinnahmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben 2019 minimal über denen der vorangegangenen beiden Jahre gelegen. Das hat der *ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice* in seinem Bericht für das vergangene Jahr mitgeteilt. Seit 2016 müssen die Anstalten mit rund acht Milliarden Euro jährlich auskommen, von denen 5,8 Milliarden an die *ARD* (Radio und Fernsehen), zwei Milliarden an das *ZDF*, 230 Millionen an das *Deutschlandradio* und 152 Millionen an die *Landesmedienanstalten* gehen. Weil in dieser Zeit die Kosten und Preise deutlich gestiegen sind bedeutet das, dass sich der reale Finanzrahmen verkleinert hat.

Die Beitragseinnahmen sind seit 2016 kaum gestiegen und lagen 2019 bei 8 Milliarden Euro.

Erträge der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (in Milliarden Euro)

2013	7,68
2014	8,17
2015 ¹	8,13
2016	7,98
2017	7,97
2018	8,01
2019	8,07

¹ Beitragssenkung zum 1. 4. 2015

Quelle: *ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice, Jahresbericht 2019, S. 11, sowie frühere*

Verteilung der Erträge aus Rundfunkbeiträgen 2019 (in Millionen Euro)

Empfänger	Gesamt	Darunter Landesmedienanstalten
Westdeutscher Rundfunk	1.215,7	31,7
Südwestrundfunk	1.054,9	27,5
Norddeutscher Rundfunk	1.011,9	26,4
Bayerischer Rundfunk	956,5	25,0
Mitteldeutscher Rundfunk	612,0	16,0
Rundfunk Berlin-Brandenburg	433,4	11,3
Hessischer Rundfunk	431,6	11,3
Saarländischer Rundfunk	68,0	1,8
Radio Bremen	45,1	1,2
ARD gesamt	5.829,0	152,2
ZDF	2.008,6	-
Deutschlandradio	230,5	-
Gesamt	8.068,1	152,2

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

Die Verwaltungskosten für den *Beitragsservice* haben sich 2019 auf 174,6 Millionen Euro belaufen und sind gegenüber 2018 um 0,7 Prozent gestiegen. Von den Gesamterträgen aus dem Rundfunkbeitrag sind somit 2,2 Prozent hierfür abgeflossen.

Das Gezerre um die Anhebung des Rundfunkbeitrags um 86 Cent auf 18,36 Euro monatlich ging auch im dritten Quartal 2020 weiter (ausführlich QB 2/20-2, S. 7 ff.). Die CDU im Landtag von Sachsen-Anhalt weigert sich weiterhin, dem zu-

zustimmen. Sie wird darin von der AfD unterstützt. Die Linkspartei, die lange Zeit den Eindruck erweckte, sich diesem Anti-Bündnis anschließen zu wollen, gibt sich neuerdings hinhaltend. Aber auch CDU und AfD allein hätten eine Mehrheit und könnten damit die Beitragserhöhung blockieren. Jüngst kursierte Gerüchte, nach denen sich die CDU womöglich doch für eine Zustimmung entscheiden könnte.

Die Anhebung des Rundfunkbeitrags ist immer noch nicht gesichert.

Eigentlich wären die Landtage an die Empfehlung der *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* (KEF) gebunden; die hatte den Betrag von 18,36 Euro im Februar 2020 formuliert. Eine Abweichung hiervon ist nur in begründeten Ausnahmefällen zulässig. Ein solcher liegt nicht vor. Wenn der Landtag von Sachsen-Anhalt die Zustimmung trotzdem verweigert, müssten *ARD* und *ZDF* vor dem Bundesverfassungsgericht klagen. Dort bekämen sie vermutlich Recht, aber ein solcher Schritt wäre trotzdem politisch heikel. Vermutlich spekulieren die Gegner des öffentlich-rechtlichen Rundfunks genau hierauf.

Bauer Media Group KG

Der *Bauer*-Konzern hat im zweiten Quartal 2020 sein Auslandsengagement radikal zurückgefahren. In Australien, Neuseeland, Russland, Polen und Rumänien wurden die Tochterverlage verkauft, in England sind diverse Zeitschriften – darunter das Musikmagazin „Q“ – eingestellt worden (QB 2/20-2, S. 9 f.).

Auch im dritten Quartal 2020 ging der Schrumpfkurs weiter. Die Zeitschrift „Joy“ ist Ende August an den Verlag *Ocean Global* verkauft worden. *Bauer* hatte sie 2012 von der *Marquard Media Group* erworben. Vor einem Jahr war die komplette Redaktion von München nach Hamburg verlagert worden. Vor diesem Hintergrund dürften die Belegschaften der „Cosmopolitan“ und „Bravo“ wenig begeistert davon sein, dass ihre Arbeitsplätze demnächst ebenfalls von der Isar an die Elbe wandern sollen. Die Münchener Titel „Madame“ und „Monsieur“ sollen verkauft werden. Damit wäre das Ende des *Bauer*-Standorts München besiegelt.

Bauer hat „Joy“ verkauft und will offenbar den Standort München schließen.

Für Zukäufe ist gleichwohl Geld vorhanden. *Bauer* unterhält in Großbritannien die größte private Radiokette und hat diese Anfang Oktober 2020 noch gestärkt. Der Hamburger Konzern hat das bislang unabhängige *Radio Plymouth* übernommen. Es war mit keinem anderen Rundfunknetzwerk verbündet und hat sein Programm komplett lokal produziert. Damit dürfte nun Schluss sein.

Bauer hat eine bislang unabhängige Radiokette in England gekauft.

Deutsche Presse-Agentur GmbH

Die *Unternehmensgruppe Deutsche Presseagentur*, die sich im Besitz von knapp 180 Medienunternehmen befindet, hat im vergangenen Jahr einen Umsatzzuwachs von 1,9 Prozent auf 142,5 Millionen Euro verbucht. Die Kerngesellschaft *dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH* hat ihren Umsatz mit 92,9 Millionen Euro nahezu stabil gehalten, der Gewinn sank allerdings von 1,5 auf 1,3 Millionen Euro. Vor dem Hintergrund sinkender Presseauflagen und einer schrumpfenden Zahl von Verlagen ist dieses Ergebnis beachtlich.

DPA mit Umsatzzuwachs

Wachsende Bedeutung haben die Tochterunternehmen gewonnen, etwa die *dpa infocom* GmbH für Digitalprodukte, die *news aktuell* GmbH für PR und Kommunikation oder die *dpa picture alliance* GmbH für visuelle Inhalte.

Die *DPA* ist die mit Abstand größte Nachrichtenagentur Deutschlands mit Sitz in Hamburg und der Zentralredaktion in Berlin. Sie ist in etwa hundert Ländern vertreten, unterhält in Deutschland 13 Landesdienste und hat rund tausend Beschäftigte. Im Inland steht sie so gut wie konkurrenzlos da, es existieren nur Spezialdienste wie *EPD*, *KNA* und *SID*. Die einzige echte Konkurrenz sind die deutschen Ableger der ausländischen Nachrichtenagenturen *Agence France-Presse* und *Thomson Reuters*.

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:

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