



Juli bis September 2022
Teil 2: Konzernübersichten

© Petra Dressler

Bertelsmann sucht den Plan B

Von Gert Hautsch

26. Oktober 2022

Bertelsmann SE & Co. KGaA

Aus Gütersloh werden wieder einmal Rekorde gemeldet. Für das erste Halbjahr 2022 gab das Medien-, Dienstleistungs- und Bildungsunternehmen *Bertelsmann* (Eigenbezeichnung) einen operativen Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) von 1,43 Milliarden Euro bekannt, der Umsatz hat bei 9,3 Milliarden Euro (plus 6,3 Prozent) gelegen. Organisch – um Sondereffekte bereinigt – ist der Umsatz um 3,8 Prozent gestiegen. Der Nettoprofit (Konzerngewinn) lag mit 492 Millionen Euro zwar deutlich unter dem von 2021 (1,4 Milliarden), das Ergebnis wird aber durch eine außerordentliche Einnahme im Vorjahr verzerrt. Damals war die US-Werbefirma *SpotX* für 1,17 Milliarden US-Dollar verkauft worden. Gegenüber 2020 ist der Halbjahres-Nettoprofit minimal gestiegen.

Organisches Wachstum im ersten Halbjahr: 3,8 Prozent

Den größten Beitrag zum Umsatzwachstum haben die Dienstleistungssparte *Arvato* und der Belletristikonzern *Penguin Random House* geleistet. Aber auch die *RTL-Gruppe* ist trotz „eines herausfordernden gesamtwirtschaftlichen Umfeldes“ und hoher Anlaufverluste beim Streaming um 2,6 Prozent gewachsen. Selbst beim Ebitda hat sie zwei Prozent mehr als 2021 erzielt. Dazu haben auch die Streamingplattformen „RTL+“ in Deutsch-

Arvato, PRH und RTL sind die Melkkühe.

land und „Videoland“ in den Niederlanden beigetragen. Der RTL-Streaming-Umsatz ist um 21,5 Prozent auf 130 Millionen Euro gewachsen, die Zahl der Abonnements um 48 Prozent auf 4,5 Millionen. Zum Vergleich: *Netflix* wird in Deutschland auf rund zehn Millionen geschätzt.

4,5 Millionen
Streaming-Abos

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

	2020	2021	2022	22/21 (%)
Außenumsatz	7.848	8.691	9.290	+ 6,9
- RTL-Group (Audio/Video, Presse)	2.652	3.192	3.276	+ 2,6
- Arvato (Technik, Dienstleistungen)	2.095	2.436	2.639	+ 8,3
- Penguin Random House (Bücher)	1.627	1.804	1.916	+ 6,2
- Printing Group (Druck)	650	624	696	+ 11,5
- BMG (Musik)	282	296	371	+ 25,3
- Education Group (Bildung)	158	136	231	+ 69,9
- Investments	5	3	272	> 100
- Corporate Center / Konsolidierung	- 145	- 119	- 62	-
EBITDA (operational)	994	1.417	1.429	+ 0,9
- RTL-Group (Audio/Video, Presse)	367	598	610	+ 2,0
- Arvato (Technik, Dienstleistungen)	305	400	446	+ 11,5
- Penguin Random House (Bücher)	209	324	257	- 20,7
- Printing Group (Druck)	19	26	15	- 42,3
- BMG (Musik)	49	50	73	+ 46,0
- Education Group (Bildung)	40	44	74	+ 68,2
- Investments	- 3	36	16	- 55,5
- Corporate Center / Konsolidierung	- 20	- 61	- 62	-
EBIT (um Sondereinflüsse bereinigt)	805	1.929	840	- 56,5
Konzerngewinn	488	1.368	492	- 64,0
Investitionen	456	573	1.029	+ 79,6
Beschäftigte (30. 6.)	126.398	138.567	162.410	+ 17,2

Quelle: Pressemitteilung der Bertelsmann SE & Co. KG a. A., 31. 8. 2021 und 31. 8. 2022; Halbjahresfinanzbericht 2022, S. 13

Vor diesem Hintergrund gibt man sich bei Bertelsmann optimistisch. Die Jahresprognose für 2022 wurde bestätigt und zum Teil sogar angehoben: „Wir rechnen für den Umsatz, auch aufgrund von Portfolioeffekten, nun mit einem deutlichen bis starken Anstieg. Unverändert erwartet wird ein operatives Ergebnis, das vor Investitionen in das Streaming-Geschäft der RTL Group auf Rekordniveau stabil ist“, ließ Finanzvorstand Rolf Hellermann wissen. Selbst für das Jahr 2026 gibt es schon große Pläne: Der Umsatz soll einer Mitteilung vom 27. 9. 2022 zufolge die Marke von 24 Milliarden Euro erreichen, das EBITDA vier Milliarden und der Nettoprofit zwei Milliarden.

Die Jahresprognose 2022 wird bekräftigt.

Solche Aussagen haben bei Beobachtern für Verwunderung gesorgt, weil zeitgleich Querelen im Vorstand und strategische Rückschläge bekannt wurden.

- Im August schied der bisherige Co-Chef bei *RTL Deutschland*, Stephan Schäfer, „im besten Einvernehmen“ aus. Er war erst ein knappes Jahr im Amt und sollte die Integration des Verlagskonzerns *Gruner+Jahr* bewerkstelligen, was ihm offenbar nicht gelungen ist. *G+J* ist seit Jahresbeginn 2022 eine Tochterfirma von *RTL*. Die Vision war, alle Inhalte aus den Redaktionen des Hamburger Zeitschriftenhauses in Audio-Video-Formate der Zentrale in Köln einzubringen – und umgekehrt. Das seien Herausforderungen, „die eine andere Führung erfordern“, ließ Thomas Rabe nunmehr

Personalquerelen bei RTL

wissen. Deshalb übernahm er Schäfers Job gleich selbst, neben seinen Aufgaben als Vorstandsvorsitzender bei *Bertelsmann* und als CEO der *RTL Group*.

- Vom ehemaligen Großverlag *Gruner+Jahr* ist kaum noch etwas übrig. Selbst das Logo am Hamburger Verlagshaus wurde ausgetauscht. Dafür wird viel über zu hebende Synergien geredet, die durch die Übernahme möglich werden sollen; von 100 Millionen Euro ist die Rede. Wie das gehen soll, ließ Thomas Rabe auch schon wissen: Nur ein Teil der bisherigen G+J-Zeitschriften wird weitergeführt, der Rest soll verkauft oder liquidiert werden. Wie groß der Personalabbau sein wird, ist noch unklar, von 200 bis 300 Stellen ist die Rede.
- Eine geplante Großfusion bei Callcentern ist Mitte September geplatzt. *Bertelsmann* betreibt zusammen mit der marokkanischen *Saham Group* das börsennotierte Unternehmen *Majorel*. Es sollte mit dem US-Konkurrenten *Sitel* zum globalen Marktführer fusioniert werden. Der Deal war eigentlich schon in trockenen Tüchern, selbst die Managerposten waren schon vergeben, *Bertelsmann* und *Saham* haben aber die Gespräche im letzten Moment abgebrochen. Man habe sich mit der Eigentümerfamilie von *Sitel* nicht über die neue Unternehmensstruktur einigen können, hieß es dazu.
- Fast zeitgleich gaben die *RTL Group* und der französische Mischkonzern *Bouygues* bekannt, dass sie ihr Vorhaben einer Großfusion auf dem Fernsehmarkt aufgeben. Die Konzerne *M 6* (RTL) und *TF 1* sollten zusammengeschlossen werden, *Bertelsmann* hätte die Mehrheit erworben. Die französische Kartellbehörde hatte jedoch Vorbehalte formuliert und Auflagen gemacht, die die Beteiligten offenbar nicht erfüllen wollten. Damit bricht ein wichtiges Element von Thomas Rabes Strategie der „nationalen Media-Champions“ in sich zusammen. Er will große, starke Unternehmen auf dem Bewegtbildmarkt schaffen, die im jeweiligen Land der Streaming-Konkurrenz aus den USA etwas entgegensetzen können. Die Hoffnungen rankten sich um die französische Streamingplattform „Salto“, die im Zuge des Deals übernommen und mit „RTL+“ und „Videoland“ verbunden werden sollte.
- Ein vergleichbarer Deal in den Niederlanden ist ebenfalls noch nicht genehmigt. Die dortige *RTL-Dependance* soll mit *Talpa Networks* zusammengehen. Eine Entscheidung ist für den Herbst 2022 angekündigt.
- Auch in den USA wackelt ein wichtiges Vorhaben. *Bertelsmann* möchte für 2,2 Milliarden US-Dollar den Verlagskonzern *Simon & Schuster* kaufen und mit *Penguin Random House* verschmelzen. Dagegen hat das US-Justizministerium eine Kartellklage erhoben, die derzeit verhandelt wird. Auch hier stehen die Chancen für Thomas Rabe nicht so gut, wie er sich das wünschen dürfte.

Gruner+Jahr verschwindet.

Die Großfusion mit Sitel ist geplatzt.

Der TV-Deal in Frankreich ist ebenfalls geplatzt.

Die Übernahme von S&S in den USA steht auf der Kippe.

Einen Plan B für den Fall des Scheiterns der Fusionspläne scheint man bei *Bertelsmann* nicht zu haben. Man wolle bis 2025 fünf bis sieben Milliarden Euro ausgeben, um das Streaming-Geschäft voranzubringen, hieß es im vergangenen Jahr. Im ersten Halbjahr 2022 sind 750 Millionen Euro dafür investiert worden. Die „nationalen Media-Champions“ waren der Kern dieser Strategie. Ob es ohne sie dabei bleibt, wird sich zeigen.

Die Strategie der „nationalen Media-Champions“ ist gefährdet.

Nach dem Scheitern der Fusionspläne in Frankreich hat die *RTL Group* „erwogen“, ihre Anteile (48,3 Prozent) an *M 6* zu verkaufen. Angeblich gab es mehrere Interessenten. Inzwischen sind solche Überlegungen kein Thema mehr – offiziell zumindest.

Ungeachtet dessen hat Bertelsmann auch im dritten Quartal 2022 Firmen übernommen und Gemeinschaftsfirmen gegründet:

- Der Londoner Kinderbuchverlag *Dorling Kindersley*, eine Tochter von *Penguin Random House*, hat den britischen Schulbuchverlag *Phonic Books* übernommen.
- Das Musikunternehmen *BMG* hat das nach eigenen Angaben größte unabhängige deutsche Plattenlabel *Telamo* gekauft.
- *Bertelsmann India Investments* hat sich am dortigen Startup *Squad Stack* beteiligt. Es ist auf smartphone-basierten Vertrieb von Waren spezialisiert.
- *RTL Radio Deutschland* und das Radiounternehmen *Regiocast* haben das Gemeinschaftsunternehmen *RCTL* gegründet, mit dem sie auf Firmenkauf gehen wollen.
- *RTL Deutschland* und die P7S1-Tochter *Seven.One* haben eine Gemeinschaftsfirma gegründet, die „existierende Technologien für Adressable-TV im europäischen Markt etablieren“ soll. Die beiden betreiben schon das Joint-Venture *D-Force*, das Ad-TV- und Online-Video-Werbung umsetzt.

Übernahmen, Beteiligungen und Joint Ventures im dritten Quartal 2022

ProSiebenSat.1 Media SE

Anders als *Bertelsmann* hat *ProSiebenSat.1* die Prognose für das Geschäftsjahr 2022 nach unten korrigiert. Als Grund werden die „Belastungen für das Konsumklima“ genannt. Man erwartet nunmehr einen stagnierenden Jahresumsatz von 4,4 Milliarden Euro und einen Rückgang beim bereinigten EBITDA auf 805 Millionen Euro.

P7S1 hat die Jahresprognose 2022 gesenkt.

Die Wirtschaftszahlen für das erste Halbjahr 2022 sehen noch passabel aus. Der Konzernumsatz ist im 1,2 Prozent gewachsen, organisch – d. h. währungsbereinigt und ohne die 2021 verkauften Tochterfirmen *Gravitas Ventures*, *Amorelie* und *moebel.de* – waren es rund zwei Prozent. Das bereinigte EBITDA hat hingegen um 6,2 Prozent abgenommen, was zum Teil auch auf die Unternehmensverkäufe zurückgeführt wird. Der Nettoprofit ist um zehn Prozent gewachsen, die Verschuldung konnte abgebaut werden.

1. Halbjahr: leichter Umsatzzuwachs, gesunkener Gewinn

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

	2020	2021	2022	22/21 (%)
Außenumsatz	1.634	1.986	2.009	+ 1,2
- Entertainment	1.186	1.346	1.410	+ 4,8
- Dating & Video	.	280	262	- 6,4
- Commerce & Ventures	.	360	337	- 6,4
Bereinigtes EBITDA	180	308	289	- 6,2
- Entertainment	.145	239	134	- 43,9
- Dating	.16	28	25	- 10,7
- Commerce & Ventures	.9	2	12	> 100
- Holding/Sonstiges	.-3	-7	- 5	-
Bereinigtes Konzernergebnis	- 30	100	110	10,0
Nettofinanzschulden (30. 6.)	2.353	2.156	1.881	- 12,8
Beschäftigte (30. 6.)	.	8.271	7.800	- 5,7

Quelle: Pressemitteilungen der ProSiebenSat.1 Media SE vom 5. 8. 2021 und 11. 8. 2022, Halbjahresbericht 2022, S. 16

Als einziges Segment hat im ersten Halbjahr 2022 „Entertainment“ zugelegt. Es umfasst im wesentlichen die Fernsehsender und die Fernsehproduktion. Der Zuwachs beruht auf den um vier Prozent gestiegenen Werbeerlösen. Und zwar vorwiegend im ersten Quartal; das zweite stand schon unter dem Einfluss des Ukrainekriegs und ist um ein Prozent geschrumpft. „Entertainment“ liefert 70 Prozent des Konzernumsatzes. Deshalb hängt die Geschäftsentwicklung des Konzerns stark vom unsicheren Werbegeschäft ab.

Die Werbeerlöse beim Fernsehen sinken.

Besonders bitter ist der Umsatzrückgang bei der Digitalsparte „Dating & Video“, die zeitweise als Filetstück galt und in diesem Frühjahr an die Börse gebracht werden sollte. Dieser Schritt wurde wegen des ungünstigen Umfelds abgeblasen, ein neuer Termin steht in den Sternen. Für die anderen Digitalplattformen, die bei „Commerce & Ventures“ versammelt sind, bleibt das Umfeld nicht minder „herausfordernd“. Enttäuschend entwickelten sich die beiden Hoffnungsträger, das Vergleichsportale *Verivox* und der Kosmetikversand *Flaconi*.

Enttäuschende Entwicklung der Digitalsparte

Vor diesem Hintergrund ist der Rauswurf des Vorstandsvorsitzenden Rainer Beaujean zu sehen. Er hat am 3. Oktober 2022 sein Amt niedergelegt – „im gegenseitigen Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat“. Sein Nachfolger heißt Bert Habets. Das Szenario scheint bei *P7S1* zur Gewohnheit zu werden: Im Februar 2018 hatte der damalige Chef Thomas Ebeling seinen Hut nehmen müssen, sein Nachfolger Max Conze hielt bis März 2020 durch, nun also Rainer Beaujean. Für alle drei gab es jeweils ein Handgeld von mehreren Millionen Euro.

P7S1 hat wieder mal einen neuen Vorstandsvorsitzenden.

Das weitere Schicksal der *ProSiebenSat.1 Media SE* ist unklar. Im August 2022 – bei der Präsentation der Halbjahreszahlen – hatten die Branchenanalysten mehrerer Großbanken (*Goldmann Sachs*, *Credit Suisse*) ihre Bewertungen der *P7S1*-Aktie gesenkt. Werbeabhängige Medienunternehmen litten unter der Inflation, der verschlechterten Verbraucherstimmung und geringeren Konsumausgaben, hieß es zur Begründung. Angesichts der Angst vor einer Rezession in Europa sahen sie die Werbeausgaben im vierten Quartal, dem wichtigsten Jahresviertel für europäische TV-Sender, skeptisch.

Der Druck der Investoren steigt.

Hinzu kommt, dass *P7S1* dabei ist, sich von seinen restlichen Digitalunternehmen (*Flaconi*, *Verivox* u. a.), mit denen eigentlich die Abhängigkeit vom Werbemarkt verringert werden sollte, zu trennen. Ein Teil ist schon abgestoßen worden, der Rest steht zum Verkauf. Das wiederum geschieht auf Druck des Finanzinvestors *General Atlantic*, der seit 2017 an der *NuCom Group* (der Dachgesellschaft der Plattformen) mit 28,4 Prozent und am „Dating“ (*ParshipMeet Group*) sogar mit 47 Prozent beteiligt ist. Er will seine Investments zu Geld machen, vermutlich so schnell wie möglich, weil sich die Rahmenbedingungen verschlechtern. Beim Verkauf von *Amorelie* konnten im vergangenen Jahr nur 26 Millionen Euro kassiert werden, für *Moebel.de* sogar nur zehn Millionen. Ein Verkauf von *Flaconi* scheiterte angeblich an zu hohen Preisforderungen aus Unterföhring.

Derweil verfolgt der Mailänder Konzern *Media for Europe (MfE)* seine Pläne, *ProSiebenSat.1* zu vereinnahmen, weiter (QB 2/22-2, S. 3 f.). Das Unternehmen, das unter dem Kommando der Familie Berlusconi steht, hat sich einen Aktienanteil von mehr als 25 Prozent beschafft. Zum Jahresende 2021 hatte *MfE* schon versucht, Rainer Beaujean loszuwerden, indem sein Vertrag nicht verlängert werden sollte. Diese Machtprobe ist im Aufsichtsrat gescheitert. Auch der Antrag auf Nicht-Entlastung des Aufsichtsrats kam im Frühjahr 2022 nicht durch, allerdings nur knapp. Dabei würde es nicht bleiben, das war klar. Mitte September hat *MfE* in Unterföhring – unweit der *P7S1*-Zentrale – eine Niederlassung eingerichtet und ein Büro in München eröffnet. Man wolle die Präsenz in der Region erweitern, ließ die Generalmanagerin Katharina Behrends wissen.

Berlusconi wartet auf eine passende Gelegenheit.

Mitte September 2022 hat P7S1 die Streaming-Plattform „Joyn“ komplett übernommen. Sie war 2017 als 50/50-Prozent-Jointventure zusammen mit Warner Bros. Discovery gegründet worden. Der Kauf war überfällig geworden, nachdem der US-Konzern im Sommer 2022 mit seiner eigenen Streamingplattform „Discovery+“ auf den deutschen Markt getreten war. Über den Verkaufspreis wurde nichts verlautbart. Für P7S1 bedeutet die Komplettübernahme eine finanzielle Belastung und gleichzeitig einen Vorteil. „Joyn“ schreibt tiefrote Zahlen, die Verluste wurden bislang zur Hälfte von Discovery getragen. Analysten erwarten, dass das operative Ergebnis von P7S1 im laufenden Jahr um etwa 25 Millionen Euro belastet wird. Umgekehrt kann der Konzern aber die bisherigen Anlaufverluste von „Joyn“ (deutlich über 400 Millionen Euro) mit seinen Gewinnen verrechnen und so seine Steuerlast drücken. In den kommenden Jahren erwarte man einen „ertragsteuerlichen Vorteil aus der Transaktion von deutlich über 100 Millionen Euro“, heißt es in Unterföhring.

P7S1 hat „Joyn“ komplett übernommen.

Axel Springer SE

„Springer hat sich einer starken Kostendisziplin verschrieben und will bei seinen Marken ‚Bild‘ und ‚Welt‘ vorerst auf Neueinstellungen und Gehaltserhöhungen verzichten.“ So gab der Branchendienst „Meedia“ den Inhalt eines Schreibens der Geschäftsführung des Bereichs „News Media National“ von Mitte August 2022 wieder. Die Einsparungen betreffen „alle“ – von Festangestellten bis zu Werkstudierenden. Der Grund seien „konjunkturelle Schwierigkeiten, ausgelöst unter anderem durch Krieg und Inflation“.

Springer“ verzichtet“ auf Neueinstellungen und Gehaltserhöhungen.

Diese Ankündigung steht in einem gewissen Kontrast dazu, dass wenige Tage vorher Vorstandschef Mathias Döpfner von „fast einer dreiviertel Milliarde Gewinn“ im vergangenen Jahr gesprochen hatte. Für 2022 rechne er mit „rund einer Milliarde mehr Umsatz als 2020“ – das wären dann etwa vier Milliarden Euro. Es sei in einem Zweijahreszeitraum das „größte Wachstum in der Geschichte des Unternehmens“.

Rund vier Milliarden Euro Umsatz im laufenden Jahr

Auch zum persönlichen Einkommen von Mathias Döpfner besteht ein Missverhältnis. Er erhält einen hohen einstelligen Millionenbetrag als Jahresgehalt, Anfang 2022 kamen 24 Millionen Bonuszahlungen hinzu, und die Dividenden für seine 22 Prozent Aktien dürften sich um die 50 Millionen Euro bewegen.

Geschäftszahlen veröffentlicht Axel Springer seit dem Abschied von der Börse 2020 nicht mehr. Dafür hat aber das neue Vorstandsmitglied Ulrike Handel Mitte September 2022 für Unruhe in den Redaktionen gesorgt. Sie hatte sich Fragen von Beschäftigten zu einem „Strategieprojekt“ gestellt, das sie für den Bereich News Media National aufzusetzen gedenkt – unter „Begleitung“ durch die Unternehmensberatung Boston Consulting. Dabei gehe es darum, die Redaktionen von „Bild“ und „Welt“ für die Zukunft „sattelfest“ zu machen. Auch deren Zusammenlegung sei nicht auszuschließen. Später ließ Springer wissen, dass es weder Überlegungen noch Pläne in diese Richtung gebe. Ein Sprecher betonte vielmehr die „identitätsstiftende Bedeutung“ der beiden Marken für News Media National.

Spekulationen über eine Zusammenlegung von „Bild“ und „Welt“

Es war nicht das erste Mal, dass über eine mögliche Zusammenlegung der Redaktionen von „Bild“ und „Welt“ geschrieben wurde. Vor zwei Jahren wurden entsprechende Spekulationen angeheizt, als Redaktion und Verlag der beiden Titel gebündelt wurden. Die redaktionelle Arbeit blieb aber strikt getrennt.

In der Belegschaft wächst trotzdem die Sorge, dass am Ende des Strukturprozesses wie üblich Personaleinschnitte stehen. Man geht davon aus, dass der Finanzinvestor und Springer-Hauptaktionär *KKR* den Kostendruck auf den redaktionellen Bereich erhöht und das Management dem Folge leistet. Dabei können zwei Redaktionen kaum unterschiedlicher sein als die von „Bild“ und „Welt“: ein schamloses Krawallblatt und eine überregionale Zeitung, die sich als Qualitätsmedium versteht. Aber mit Zusammenlegungen hat man bei *Springer* Erfahrung. Immerhin war man Pionier, als 2012 die Redaktionen der „Welt“ in Berlin und des „Hamburger Abendblatts“ vereinigt worden waren.

Unruhe in den Redaktionen wegen befürchteter Entlassungen

Beim digitalen Journalismus gibt man sich optimistisch. In einem Interview („Horizont“, 23. 9. 22) haben die beiden *Springer*-Vorstände Claudius Senst und Carsten Schwenke das Ziel bekräftigt, bis 2024 eine Million digitale Abonnements („Paid Content“) zu erreichen. Aktuell stehe man mit „Bild“ bei 630.000 und mit „Welt“ bei 208.000. In den vorangegangenen zwölf Monaten seien netto 60.000 neue Abonnements dazu gekommen. Wie viele davon voll bezahlt werden, verrietten sie allerdings nicht und wurden sie auch nicht gefragt. Bei den ePapers sind laut *IVW* mehr als 90 Prozent der von *Springer* gemeldeten Abos „Sonstige Verkäufe“. Die Vermutung liegt nahe, dass es bei den Digitalabos ähnlich ist.

Stolze Digitalzahlen, die aber schwer zu bewerten sind.

Der im August 2021 gestartete Fernsehsender „Bild TV“ dümpelt derweil weiter vor sich hin. Die Einschaltquoten bewegen sich um die 0,2 Prozent, und das trotz regelmäßiger Interviews mit Regierungsmitgliedern und Parteigrößen. Vielleicht bringt ein neues Format die Wende: Seit Ende September 2022 läuft die wöchentliche Sendung „Komm doch! Der Sex Talk“. Parallel dazu hat „Bild“ einen Erotik-Podcast „Lena liebt's“ gestartet.

„Bild TV“ macht in Erotik.

Andere Medienunternehmen

Bauer Media Group KG

In Hamburg wird es demnächst ein neues Frauenhaus geben. Allerdings wird dort nicht misshandelten Frauen Schutz geboten, es soll eine Sammelstelle für alle Magazine des *Bauer*-Konzerns werden, die etwas mit Frauen ab 40 zu tun haben könnten. Die bisherige *Bauer Programm* KG wird deshalb aufgelöst. Ingo Klinge, CEO Publishing Germany, verkündete Anfang September 2022: „Das House of Women ist ein weiterer Meilenstein auf dem Weg in die Zukunft des Publishings“. Hinter den großen Worten steckt die Schaffung einer Zentralredaktion für die Frauen- und Fernsehmagazine des Verlags. Wobei der Begriff offenbar weit gefasst wird. Chefredakteurin Sabine Ingwersen wird neben „Tina“, „Bella“, „Laura“, „Meins“ und „Alles für die Frau“ künftig auch „Mini“, „Avanti“, „Mach mal Pause“ sowie die TV-Zeitschriften „Auf einen Blick“, „Fernsehwoche“, „TV klar“ und „Mein TV & ich“ verantworten.

„House of Women“ – die Super-Zentralredaktion

Von dem Umbau sind etwa 50 Beschäftigte betroffen, bestätigte die Konzernzentrale. Wieviele davon letztlich entlassen werden, sei noch unklar. Man bemühe sich um eine Weiterbeschäftigung innerhalb des Unternehmens.

Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH

Die FAZ hat nach eigenen Angaben ein erfolgreiches Geschäftsjahr hinter sich. Der Umsatz konnte um rund drei Prozent auf 233,6 Millionen Euro gesteigert werden, der Gewinn vor Steuern explodierte von 0,6 auf 16,8 Millionen Euro. Die Eigenkapitalquote wurde leicht auf 46,9 Prozent erhöht, Bankkredite mussten nicht aufgenommen werden. Die

Der FAZ geht's gut, sagt die FAZ.

Umsatzrendite (Betriebsergebnis zum Umsatz) war so hoch wie seit den Neunzigerjahren nicht mehr.

Von den Gesamterlösen sind 26 Prozent auf die digitalen Angebote entfallen. Das kostenpflichtige Angebot „F+“ hatte Mitte 2022 knapp 98.000 Abonnenten – 35 Prozent mehr als im Vorjahr. Die Tageszeitung FAZ und die Wochenendzeitung FAS verzeichneten für ihre Digitalausgaben zusammen rund 220.000 Abonnements.

In den Digitalredaktionen hat das Unternehmen mehr als 20 neue Stellen geschaffen. Wie sich die Größe der Gesamtbelegschaft entwickelt hat, wird nicht gesagt. In der Verlagsmitteilung ist von einer „weiterhin straffe(n) Kontrolle der Kosten“ die Rede. Die Umstellung der FAS von der Sonntags- zur Samstagszeitung habe erhebliche Einsparungen im Vertrieb ermöglicht.

Kontakt:

Matthias von Fintel
Bereichsleiter Medien
und Publizistik beim ver.di-
Bundesvorstand
10112 Berlin
matthias.vonfintel@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