



© Petra Dressler

Quartalsbericht zur deutschen  
Medienwirtschaft  
Oktober bis Dezember 2022  
Teil 2: Konzernübersichten

# Berlusconi klopft an

Von Gert Hautsch

24. Januar 2023

Im zweiten Pandemiejahr 2021 hat sich an der Rangfolge der größten globalen Medienkonzerne nicht viel geändert. Das zeigt eine Übersicht, die regelmäßig vom *Institut für Medien- und Kommunikationspolitik* in Köln erstellt wird und kürzlich mit aktualisierten Zahlen veröffentlicht wurde. Hervorstechend war allerdings der Auftritt eines neuen Mitspielers: Die *Paramount Global Inc.* mit Sitz in New York ist Ende 2019 durch den Zusammenschluss der *CBS Corp.* und der *Viacom Inc.* zur *ViacomCBS Corp.* hervorgegangen. Sie hat unter neuem Namen erstmals für 2021 zusammenfassende Geschäftszahlen genannt und steht auf Platz 14 der Rangliste.

Ansonsten zeigt sich einmal mehr das beherrschende Gewicht des US-Kapitals. Nur ein japanischer und zwei chinesische Unternehmen spielen in der Spitzengruppe mit. Und es bestätigt sich die Machtfülle der globalen US-Digitalkonzerne *Alphabet (Google)*, *Apple*, *Meta (Facebook)* und *Amazon (GAFA)*; auch der Kabelbetreiber *Comcast* gehört dazu. Für sie sind Medienproduktion und -vertrieb nur ein Nebenschauplatz ihres eigentlichen Geschäfts (Werbung, Handel, Hard- und Software, Datenübertragung), sie bestimmen aber das Tempo und die Trends der Veränderungen in der Medienindustrie.

## Die 15 größten Medienkonzerne der Erde

	Land	Medienumsatz (Mrd. Euro)		
		2019	2020	2021
1. Alphabet (Google u.a.)	USA	144,9	159,8	217,8
2. Meta (Facebook u.a.)	USA	63,2	75,0	99,7
3. Comcast	USA	97,3	90,7	99,4
4. Tencent	VRC	48,8	61,2	73,4
5. Apple	USA	41,4	47,1	57,9
6. Walt Disney	USA	62,1	57,3	57,0
7. Amazon	USA	29,7	22,1	53,2
8. Bytedance	VRC	15,1	32,4	49,0
9. Charter Comm.	USA	40,9	42,1	43,7
10. Sony Entertainment	J	31,5	35,7	39,2
11. Warner (AT&T)	USA	29,5	29,4	30,1
12. Microsoft	USA	17,0	24,0	28,9
13. Netflix	USA	18,0	24,1	25,1
14. Paramount Global	USA	-	-	24,2
15. Altice Group	USA/NL	23,5	23,7	24,0
nachrichtlich:				
18. Bertelsmann	D	18,0	17,3	18,7
34. ARD	D	6,5	7,0	6,9

Quelle: Institut für Medien- und Kommunikationspolitik  
Internet: <https://www.mediadb.eu/rankings/ranking-archiv.html>

Im abgelaufenen Jahr 2022 hat es bei den **GAF**A eine gewisse Ernüchterung gegeben, über deren Dauer und Folgen noch Unklarheit besteht. Stark betroffen war die **Facebook**-Mutter **Meta**. Der Konzern verbucht zwar immer noch Milliardenprofite, musste aber zum ersten Mal in seiner Geschichte einen Umsatzrückgang hinnehmen. Die Reaktion war klassisch kapitalistisch: Weltweit wurden 11.000 Beschäftigte entlassen, 13 Prozent der Belegschaft. Ebenso schwächelte die **Google**-Muttergesellschaft **Alphabet**; dort werden 12.000 Jobs „wegfallen“. **Netflix** hat erstmals seit langer Zeit Abonnements verloren. Auch hier versuchte man, mit zwei Entlassungswellen gegenzusteuern. **Snapchat** hat schon Ende August 2.400 Beschäftigte – 20 Prozent der Belegschaft – gefeuert. **Amazon** leitete das neue Jahr mit der Mitteilung ein, dass weltweit 18.000 Stellen gestrichen werden – trotz einer Gewinnprognose von bis zu vier Milliarden US-Dollar für das vierte Quartal 2022. Auch **Microsoft** hat angekündigt, dass etwa 11.000 Arbeitsplätze verschwinden sollen – fünf Prozent der Gesamtzahl.

*Die globalen Digitalkonzerne streichen zehntausende Arbeitsplätze, weil die Profite nicht mehr so stark sprudeln.*

Die schlechteren (bzw. nicht mehr ganz so guten) Geschäftszahlen der Spitzenreiter drückten auf die Börsenstimmung. Die Kurswerte der **GAF**A plus **Microsoft** sind 2022 zusammen um fast vier Billionen US-Dollar abgesackt. Davon wurde dann auch **Apple** betroffen, obwohl dieser Konzern sich eigentlich gut gehalten hat.

Ein Sonderfall ist **Twitter**. Das Unternehmen gehört nicht klassisch zur Medienwirtschaft, sondern ist eine Kommunikationsplattform. Sie entwickelt sich aber trotz der kurzen Texte (140 Zeichen) zur Nachrichtenquelle. Das Unternehmen ist im Oktober 2022 nach monatelangem Gezerre für 44 Milliarden US-Dollar (41,4 Milliarden Euro) von Elon Musk gekauft worden. Der neue Eigentümer hat als erste Schritte das Management ausgetauscht und die Belegschaft von 7.500 auf 2.000 verkleinert. Wie es weitergeht, ist unklar.

*Die Twitter-Tragödie*

Der „Markt“ für Medienunternehmen in Deutschland leidet offenbar deutlich unter dem multiplen Krisengeschehen. In der jährlichen Bilanz, die die Unternehmensberatung *Bartholomäus & Cie.* erstellt, zeigt sich für 2022 ein Tiefstand bei der Zahl der Übernahmen und Beteiligungen (Mergers and Acquisitions = M&A): In 161 Fällen haben Verlage ganz oder teilweise andere Medienunternehmen aufgekauft oder sind von Verlagen übernommen worden. Das waren nur wenig mehr als halb so viele wie im Rekordjahr 2016. Der Bereich der audiovisuellen Medien (Bewegtbild, Hörmedien, Filmwirtschaft) ist in dem Zahlenwerk nicht berücksichtigt.

*Deutlich weniger Firmenkäufe im vergangenen Jahr*

### Übernahmen und Beteiligungen deutscher Verlage<sup>1</sup> nach Marktsegmenten

	Publikums- medien	Fach- medien	Tages- zeitungen	Buch- verlage	Buch- handel	Sonstige	Summe
2010	64	56	25	22	26	12	205
2012	71	58	33	23	30	31	246
2014	69	72	36	19	29	37	262
2016	106	77	28	29	43	28	311
2018	64	76	38	18	52	39	287
2019	62	85	31	28	48	36	290
2020	58	50	26	16	17	27	194
2021	44	73	27	15	29	34	222
2022	29	46	24	16	26	20	161

<sup>1</sup> ohne audiovisuelle Medien

Quelle: *Bartholomäus & Cie. M&A Advisory Services, Januar 2023*

Gut ein Viertel aller Übernahmen und Beteiligungen hat 2022 bei den Fachmedien stattgefunden, wobei die Motive häufig Kostensynergien, neue Zielgruppen oder der Markenwert übernommener Firmen waren. Beim zweitaktivsten Sektor, den Publikumszeitschriften, spielten digitale Inhalte, E-Handel und mediennahe Dienstleistungen eine bedeutende Rolle, aber auch der Verkauf von Titeln, in denen die bisherigen Verlage keine Wachstumspotenziale mehr gesehen haben.

Der Rückgang beim M&A-Geschehen ist nur noch teilweise durch die Pandemie zu erklären. Im abgelaufenen Jahr dürfte die Hauptursache in der wachsenden Unsicherheit durch den Ukrainekrieg und den drohenden Klimakollaps, aber auch durch brüchige Lieferketten, Materialknappheit und Inflation zu suchen sein. Mehrere geplante Börsengänge (*NuCom, Parship, Stepstone, Aviv, Springer Nature* u. a.) sind verschoben worden.

*Die Krisen sorgen für Zurückhaltung bei Übernahmen und Beteiligungen.*

Die Zurückhaltung bei Übernahmen geht mit steigenden Finanzierungsproblemen bei Start-up-Firmen einher. Von diesen bewegt sich ein Teil im Medienbereich. Im vergangenen Jahr war mehrfach berichtet worden, dass junge Unternehmen Mühe hätten, Geld von Investoren einzusammeln, nur wenige hätten einen Börsengang gewagt. Nach Berechnungen der Beratungsfirma *Morphais* ist bis November 2022 der Gesamtwert der Investitionen in deutsche Start-ups um 46 Prozent auf 11,9 Milliarden Euro zurückgegangen, die Zahl der Finanzierungsrunden ist um 29 Prozent auf 1.137 gesunken (FAZ, 4.1.23). Allerdings könnten diese Zahlen bald wieder steigen, weil die Krisengewinner auf Rekordmengen von „trockenem Pulver“, also nicht investiertem Geld sitzen. Ein Zustand, der aller Erfahrung nach nicht lange anzuhalten pflegt.

*Start-ups haben Finanzierungsprobleme.*

## Bertelsmann SE & Co. KGaA

Für Deutschlands größten Medienkonzern und insbesondere für dessen Chef Thomas Rabe war 2022 alles andere als ein erfolgreiches Jahr. Spektakulär waren mehrere globale Misserfolge in der zweiten Jahreshälfte. Rabe hatte lauthals die Strategie verkündet, mit „nationalen Media-Champions“ der Übermacht der US-Digitalkonzerne entgegenzutreten zu wollen und mit Großfusionen Spitzenplätze auf globalen Märkten zu besetzen. Sie wurden von den Kartellbehörden bzw. -gerichten kassiert oder scheiterten aus anderen Gründen.

*Thomas Rabes Pläne sind stark gestützt worden.*

- Das galt für die geplante Großfusion bei Callcentern: Das von *Bertelsmann* mit betriebene Unternehmen *Majorel* sollte mit dem US-Konkurrenten *Sitel* zum globalen Marktführer fusionieren. Der Deal ist im September 2022 im letzten Moment geplatzt, weil man sich mit den *Sitel*-Eignern nicht einig konnte.
- Die in den USA geplante Übernahme des Buchverlagskonzerns *Simon & Schuster* durch Bertelsmanns *Random House* kam ebenfalls nicht zustande, weil die US-Regierung dagegen klagte und im November 2022 erfolgreich war. Es wäre der mit Abstand größte Belletristikverlag der Erde entstanden.
- Die Großfusion auf dem mitteleuropäischen Fernseh- und Videomarkt ist im September 2022 von den französischen Aufsichtsbehörden verhindert worden. Die RTL-Tochter *M 6* sollte mit dem Konkurrenten *TF 1* zusammengeschlossen werden, *Bertelsmann* hätte die Mehrheit bekommen. Große Hoffnungen waren in die Streaming-Plattformen der beiden Unternehmen gesetzt worden.
- Ein Fernseh-Deal in den Niederlanden, der ähnlich wie das gescheiterte Vorhaben in Frankreich geplant ist, hängt in der Warteschleife fest. Die dortige *RTL-Dependance* soll mit *Talpa Networks* zusammengehen. Eine Entscheidung war für den Herbst 2022 angekündigt, sie soll nun irgendwann im Frühjahr kommen. Ohne den Frankreich-Deal würde aber selbst eine Genehmigung keinen großen Vorteil mehr bringen.
- Die Integration des Pressekonzerns *Gruner+Jahr* in die *RTL*-Familie darf als misslungen bezeichnet werden. Nachdem Thomas Rabe im Sommer 2021 das Hamburger Zeitschriftenhaus als Tochter in den Kölner Fernsehkonzern überführt hatte, sollte fast schon ein neues Zeitalter beginnen. Der „Content“ aus den Redaktionen von „Stern“, „Brigitte“, „Geo“ und anderen würde sich bald in den Programmen von „RTL“, „RTL 2“ oder „Vox“ wiederfinden – und umgekehrt. „One App, All Media“ wurde als Konzept der nahen Zukunft verkündet. Inzwischen ist nicht nur die Marke *Gruner+Jahr* getilgt worden, jüngste Verlautbarungen lassen vermuten, dass bald der gesamte Geschäftszweig verramscht wird.

*Gruner+Jahr wird liquidiert.*

Kurz vor Weihnachten 2022 wurde von Planungen berichtet, nach denen nahezu alle Magazine aus dem Hause *Gruner+Jahr* zum Verkauf stehen, das Bieterverfahren sei angelaufen, viele große deutsche Verlage hätten sich in Stellung gebracht. Als teuerste Marke stehe die „Brigitte“ samt ihrer Ableger (u. a. „Brigitte Woman“, „Brigitte Mom“, „Brigitte Leben“) im Angebot, nur der „Stern“ bleibe einstweilen verschont. Die Berichte wurden von *Bertelsmann* und *RTL* nur dürtig und mit Hintertüren dementiert.

*Das Magazingeschäft steht zum Verkauf.*

Ein solcher Ausverkauf bedeutet für die Belegschaften eine unsichere Zukunft. Das Betriebsklima wird vergiftet, die besten Köpfe werden sich nach neuen Stellen umsehen, Strukturen werden zerschlagen, der Standort Hamburg dürfte zur Disposition stehen. Zudem ist Personalabbau zu erwarten, besonders wenn die einzelnen Zeitschriften an unterschiedliche Konkurrenzverlage übergehen. Denn die neuen Eigentümer werden

nach einem Betriebsübergang die berüchtigten Synergien heben wollen und die Redaktionen und Verwaltungen mit ihren eigenen zusammenführen. Ganz nebenbei wird jedes Vertrauen in Versprechungen der Konzernführung bei *Bertelsmann* zerstört.

Der Name *Gruner+Jahr* steht für einen beispiellosen Abstieg. Das Pressehaus war bis vor wenigen Jahren der größte europäische Magazinverlag und gehörte zu den vier auf-  
lagenstärksten deutschen Herausgebern, beim Anzeigen- und Verkaufsumsatz war er hierzulande die Nummer zwei. Der Konzernumsatz sank von drei Milliarden Euro im Jahr 2001 auf zwei Milliarden 2013 und schließlich auf eine Milliarde 2021. Dazwischen lag der Rückzug aus zahlreichen Auslandsmärkten und 2019 beim Verlag *Motor Presse Stuttgart*. Außerdem wurden 2002 die Hamburger und Berliner Zeitungen verkauft und 2012 die „Financial Times Deutschland“ eingestellt. Zuletzt wurde noch das Frankreich-Geschäft abgestoßen. Im August 2021 verkündete der Mutterkonzern *Bertelsmann*, dass *Gruner+Jahr* seinen Status als selbständiger Geschäftsbereich verliert und eine Tochter der *RTL-Group* wird.

*G+J: ein beispiel-  
loser Abstieg.*

Die zahlreichen Misserfolge hindern die Bertelsmann-Führung nicht daran, sich selbst auf die Schulter zu klopfen. Die ersten neun Monate 2022 brachten mit 14,4 Milliarden Euro den höchsten Umsatz der Unternehmensgeschichte – zehn Prozent plus gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Thomas Rabe zeigt sich zuversichtlich, dass es im Gesamtjahr 20 Milliarden Euro sein werden.

*Bertelsmann  
erwartet für 2022  
einen Rekordum-  
satz.*

Detailliertere Geschäftszahlen für das dritte Quartal 2022 werden für den Gesamtkonzern nicht veröffentlicht, für die *RTL-Group* hingegen schon. Dort ist der Neunmonatsumsatz um zwölf Prozent auf fünf Milliarden Euro gewachsen. Um Sondereffekte bereinigt war es ein Plus von 3,2 Prozent. Mit Streamingangeboten hat *RTL* 20,4 Prozent mehr als 2021 umgesetzt, die Zahl der Abonnenten für die Angebote „*RTL+*“ (Deutschland) und „*Video-land*“ (Niederlande) stieg um 40,6 Prozent auf 4,8 Millionen. Trotzdem bleiben die Streamingplattformen hoch defizitär, die Anlaufverluste werden 2022 von 166 auf 250 Millionen Euro steigen.

Geld für Käufe von und Beteiligungen an neuen Firmen war auch im vierten Quartal 2022 vorhanden. Die Produktionstochter *Fremantle* mit Sitz in London hat die Mehrheit an zwei englischen Unternehmen (*Wildstar Films* und *72 Films*) und eine US-Firma (*Passenger Productions*) komplett übernommen. Die Beteiligungsgesellschaft *Bertelsmann Investments* hat Anteile an der Firma *Paicon* in Heidelberg sowie je einem Startup in Singapur und Malaysia gekauft.

*Firmenkäufe im  
vierten Quartal  
2022*

## **ProSiebenSat.1 Media Group SE**

Im Sommer 2022 hatte es noch so ausgesehen, als könnte Rainer Beaujean seinen Job retten. Der Vorstandschef der *ProSiebenSat.1 Media SE* (*P7S1*), Deutschlands zweitgrößtem Medienkonzern, hatte mehrere Versuche, ihn loszuwerden, überstanden. Aber die Ruhe trog, am 3. Oktober wurde er aus dem Amt komplimentiert, „im Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat“. Sein Nachfolger heißt Bert Habets.

Der Vorgang hängt mit einem unwillkommenen Gast aus Italien zusammen. Im Mai 2019 war der Mailänder Konzern *Mediaset* (inzwischen *Media for Europe* = *MfE*) überraschend als Großaktionär (9,6 Prozent) bei *P7S1* aufgetreten. Bis Anfang 2022 waren daraus 25,5 Prozent geworden, inzwischen knapp unter 30 Prozent in Aktien und Stimmrechten. Mitte Dezember hat *MfE* bei den österreichischen und deutschen Kartellbehörden die „faktische alleinige Kontrolle“ von *P7S1* angemeldet.

*Berlusconi's MfE  
hat die Kontrolle  
bei P7S1 ange-  
meldet.*

*MfE* wird von der Familie des Politikers Silvio Berlusconi kontrolliert, Vorstandsvorsitzender ist dessen Sohn Pier Silvio. In Branchenkreisen wird gerätselt, was diese Anmeldung bedeuten könnte. Sobald *MfE* ihren Einfluss durch Aktien- oder Stimmrechtskauf weiter erhöht, müsste ein Übernahmeangebot an die restlichen Aktionäre erfolgen. Ob die Italiener dafür das Geld hätten, steht dahin. Ihr Konzern ist mit 3,6 Milliarden Euro Umsatz kleiner als *P7S1* (4,5 Milliarden). Plausibler wäre ein anderes Szenario: *MfE* formuliert eine „Lowball Offer“, ein bewusst schlechtes Übernahmeangebot, dieses scheitert wie gewünscht, und danach könnte weiter in kleinen Schritten zugekauft werden. Auch ohne Kontrollmehrheit könnte *MfE* das *P7S1*-Management vor sich hertreiben.

Was würde das praktisch bedeuten? Für die Belegschaften bei *P7S1* nichts Gutes. *MfE* ist in Italien und Spanien der führende private Fernsehanbieter und will eine europaweite Plattform unter Einschluss des deutschsprachigen Markts werden. Auf den deutschsprachigen Kanälen der Senderkette dürfte dann reichlich Programm aus Italien zu sehen sein. Für hiesige Produktionen würden die Etats gekürzt, Personalabbau inklusive.

*P7S1 unter dem Kommando von MfE – ein beklemmendes Szenario, aber kein unrealistisches*

Aber nicht nur das: Silvio Berlusconi ist ein Politiker am rechten Rand und bekannt dafür, eigene Medien schamlos für politische Zwecke einzusetzen. Zudem sitzt er im italienischen Senat und hat Einfluss in der amtierenden Regierung. Die Vorstellung, dass dieser Mann bzw. sein Clan den zweitgrößten deutschen Medienkonzern beherrschen könnte, ist beklemmend. Wenn die bayerische Landesmedienanstalt *BLM* einen möglichen Verstoß gegen das Gebot der Staatsferne anmerkt, dann ist das noch zurückhaltend formuliert.

Derartige Überlegungen haben nur deshalb eine reale Grundlage, weil die Zukunftsaussichten der *ProSiebenSat.1 Media SE* trübe sind. In den ersten neun Monaten 2022 hat der Umsatz um 3,6 Prozent abgenommen, das bereinigte EBITDA um 13,4 Prozent. Für das Gesamtjahr hat das Management die Prognose vom Frühsommer gesenkt. Der Aktienkurs war binnen neun Monaten auf fast die Hälfte abgerutscht und hat sich nach Beaujeans Abgang nur geringfügig erholt.

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

	2020	2021	2022	22/21 (%)
Außenumsatz	2.555	3.041	2.930	- 3,7
- Entertainment	1.772	2.075	2.032	- 2,1
- Commerce & Ventures	582	558	507	- 9,1
- Dating & Video	201	409	391	- 4,4
Betriebsergebnis (EBITDA)	340	445	403	- 9,4
Bereinigtes EBITDA	328	470	407	- 13,4
- Entertainment	260	367	317	- 13,6
- Commerce & Ventures	34	33	32	- 3,0
- Dating & Video	51	87	73	- 16,1
Bereinigter Konzerngewinn	36	158	153	- 3,2
Finanzschulden (30. 9.)	2.488	2.111	1.739	- 17,6

Quelle: Pressemitteilung der ProSiebenSat.1 Media SE vom 4. 11. 2021 und 15. 11. 2022

Knapp 70 Prozent des Konzernumsatzes erwirtschaftet *P7S1* im Segment „Entertainment“ (Filmproduktion und Fernsehsender). Dieses Geschäft ist stark vom Werbemarkt abhängig, im dritten Quartal 2022 ist es um 15 Prozent geschrumpft. Zudem steht es unter dem wachsenden Druck globaler Streamingplattformen wie *Netflix*, *Amazon Prime*, *Disney+* und anderen. Beim Publikum, besonders dem jüngeren, läuft der Trend weg

*Die Abhängigkeit vom Werbemarkt ist hoch.*

vom linearen TV und hin zum Internetvideo. Das 2019 gestartete eigene Streamingportal „Joyn“ dümpelt derweil vor sich hin, es verbuchte 2021 rund 66 Millionen Euro Umsatz und 89 Millionen Euro Verlust.

Die Abhängigkeit vom Werbemarkt dürfte noch steigen, denn *P7S1* ist dabei, sich von seinen Digitalunternehmen (*Flaconi*, *Verivox* u. a.) zu trennen. Das 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*) mit 47 Prozent beteiligt ist und seine Investments zu Geld machen will. Eigentlich hätte das schon im vergangenen Jahr geschehen sollen, aber der Ukrainekrieg hat einen Strich durch die Rechnung gemacht. Der Börsengang der *NuCom Group* musste verschoben werden. Aufgeschoben ist nicht aufgehoben.

*Die Digitaltöchter werden verkauft, sobald die Lage das zulässt.*

Wenn von *P7S1* nur noch die Fernsehsender, die (gestutzte) Filmproduktion, das defizitäre Streamingportal und einige Start-ups übrig bleiben, dann wäre dieser Torso kaum überlebensfähig. Das könnte eine Situation sein, in der eine Integration in das Berlusconi-Imperium als kleineres Übel erschiene. Momentan würden die Kartellbehörden das Geschäft wohl kaum genehmigen. Auch Bayerns Ministerpräsident Söder hat sich gegen eine Übernahme ausgesprochen. Allerdings ändert er gerne seine Meinung. Immerhin sind die Italiener bisher nicht auf dem deutschen Markt vertreten. Kleinere Zugeständnisse, wie die Erhaltung des Medienstandorts München, könnten hilfreich sein. Im Aufsichtsrat bröckelt der Widerstand bereits, wie der Abgang Rainer Beaujeans zeigte.

*Berlusconis MfE fordert einen Kurswechsel.*

*Media for Europe* hat derweil – Mitte November 2022 – einen Kurswechsel bei *P7S1* angemahnt. Finanzchef Marco Giordani formulierte die Hoffnung, „dass ihre aktuelle Strategie anders sein wird als in der Vergangenheit, dass sie in der Lage sein wird, auf die Herausforderungen des Sektors zu reagieren“. Man sei in Mailand gerne bereit, dabei zu helfen.

Eine Neuerung, die seit Jahresbeginn 2023 greift, geht noch auf die Ära Beaujean zurück: *P7S1* produziert seine Nachrichtensendungen wieder selbst. Bisher waren sie bei *Axel Springer* („Welt/N24“) eingekauft worden. Nun wurde in Unterföhring ein großes Studio für alle Kanäle des Konzerns geschaffen. Dafür und fürs neue Hauptstadtbüro Berlin sind über 60 Leute eingestellt worden. Zudem gibt es ein Korrespondentenbüro für die USA in Washington. Zu den Kosten sagte der Chefredakteur der *Seven.One Entertainment Group*, Sven Pietsch: „Im Vergleich zu unserer bisherigen Nachrichtenproduktion ist das kein Sparmodell. Wir betrachten das als langfristige Investition.“

*P7S1 produziert seine Nachrichtensendungen wieder selbst.*

## **Axel Springer SE**

Das Berliner Medienhaus, das unter dem Kommando des US-Finanzinvestors *KKR* als Hauptaktionär steht, wird wieder einmal umstrukturiert. Dabei sorgte ein Personalabgang für Aufsehen: Die erst im Mai 2022 neu eingestellte Vorständin Ulrike Handel, zuständig für „News Media National“, durfte im November schon wieder gehen. „Aufgrund unterschiedlicher Auffassungen über Ausrichtung und Struktur des Bereichs“, wie es in einer Verlautbarung heißt.

*Erneute Umstrukturierung bei Axel Springer*

Bei *Springer* legt man Wert auf Rituale: Alle drei Jahre wird der publizistische Bereich umgekrempelt. Bis März 2014 waren die Aktivitäten in vier Segmente aufgeteilt: „Zeitungen national“, „Zeitschriften national“, „Print international“ und „Digitale Medien“. Danach meinte man, Digitales und Gedrucktes müsse unter einen Hut gestopft werden, und schuf dafür drei neue Unternehmensbereiche. Journalismus fand fortan bei den „Bezahl-

angeboten“ (später „News Media“) statt, daneben gab es „Rubrikenangebote“ und „Vermarktungsangebote“. Im Juni 2017 folgte die Rolle rückwärts, die Print- und Digitalgeschäfte wurden wieder in getrennte Bereiche aufgeteilt, mit je eigener Vermarktung, Vertrieb und Herstellung. Dabei blieb es nicht, ab Juli 2020 fanden sich gedruckte und digitale Medien, Redaktion und Verlag, erneut unter einem Dach, jetzt aber mit *Bild* GmbH und *Welt N 24* GmbH als selbstverantwortliche Unternehmenseinheiten.

Im neuen Jahr folgt nun eine weitere Drehung. Das nationale Mediengeschäft mit „Bild“ und „Welt“ als Markengruppen wird nicht mehr unter dem Dach von „News Media National“ zusammengefasst, sondern bildet komplett eigenständige Einheiten. Details sind noch nicht bekannt. Vorstandsvorsitzender Mathias Döpfner verkündete aber in gewohnt markigen Worten: „Wir wollen den journalistischen Kern der Marken noch konsequenter stärken und in die digitale Zukunft des Journalismus investieren. ... Deshalb werden wir Bild und Welt in ihrer Unterschiedlichkeit noch eigenständiger und so schlank wie möglich organisieren.“ Döpfner höchstselbst übernimmt die Verantwortung dafür. Im kaufmännischen Bereich und den Verwaltungen sollen „bürokratisch verschachtelte Strukturen“ aufgebrochen werden.

Wenn Unternehmer von „schlanken“ Strukturen sprechen, dürften bei Betriebsräten die Alarmglocken schrillen. In der jüngeren Vergangenheit hat es bei *Springer* schon mehrere Entlassungswellen gegeben, die letzte vor drei Jahren. Über die Auswirkungen der neuesten Pläne ließ Mathias Döpfner in einem DPA-Interview am 22. 1. 23 wenige Zweifel: „Personalumschichtung auf jeden Fall. An der einen Stelle wird es weniger, an der anderen mehr. Das bedeutet auch Trennungen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.“ Eine Größenordnung und den Zeitpunkt nannte er nicht.

*„Strukturen so schlank wie möglich“ - Entlassungen inklusive*

Für Unruhe in der Belegschaft hatte schon im Sommer 2022 eine Mail gesorgt, in der ein strikter Einstellungsstopp verkündet worden war. Ende November wurde dann bekannt, dass beim Fernsehsender „Bild TV“ Konsequenzen aus dessen Misserfolg (Zuschauerquote 0,2 Prozent) gezogen werden: Die Nachrichtenformate „Bild live“ und „Bild am Abend“ werden eingestellt, stattdessen sollen vorwiegend Dokumentationen und Reportagen von „WeltN24“ gesendet werden. Damit entfällt ein wesentlicher Teil dessen, weshalb „Bild TV“ im Herbst 2021 überhaupt an den Start ging. Von den etwa 80 Beschäftigten, die zunächst befristet eingestellt worden waren, dürfte ein Großteil bald wieder dem Arbeitsmarkt zur Verfügung stehen.

*„Bild TV“ ist ein Flop und wird zurückgefahren.*

Dessen ungeachtet hat „Bild TV“ einen neuen Kanal namens „Bild Sport TV“ gestartet. Er ist (einstweilen) nur über die „Sportworld“-App von *Samsung* verfügbar und auf den Geräten des koreanischen Herstellers abrufbar. *Springer* betreibt mit *Samsung* zusammen die Nachrichten-App „Upday“, die ebenfalls auf den Smartphones des Unternehmens vorinstalliert ist.

*Neuer Sender: „Bild Sport TV“ zusammen mit Samsung*

Im oben genannten Interview nannte Döpfner auch einige spärliche Zahlen: *Springer* habe 2022 rund 3,9 Milliarden Euro Umsatz und einen Gewinn (vermutlich EBITDA) von rund 750 Millionen Euro erzielt. Das sei mehr als ursprünglich budgetiert. Der Konzern mit aktuell rund 18 000 Beschäftigten erwirtschaftete 85 Prozent seines Umsatzes und mehr als 95 Prozent des Gewinns im Digitalgeschäft.

*Umsatz 2022: rund 3,9 Mrd. Euro*

Für die *Springer*-Geschäftsführung steht nicht nur der deutsche Markt im Zentrum des Interesses, sondern auch das internationale Geschäft. In einem Podcast (10. 11. 22) hatte Mathias Döpfner ein weiteres Mal den Anspruch verkündet, „der führende digitale Verlag“ zu werden – „auf demokratischen Märkten“, versteht sich. In Europa sei man schon die Nummer eins, in den USA die Nummer fünf, auch in anderen Regionen wolle man „expandieren und dort eine marktführende Rolle“ einnehmen.

*Mathias Döpfner formuliert globale Ansprüche.*



In diesem Zusammenhang ist eine weitere Meldung von Interesse. Mitte November 2022 wurde mitgeteilt, dass bei der *Politico Media Group* mit Sitz in Arlington (USA) die bislang unabhängig agierenden Geschäftszweige in den USA und Europa zusammengelegt werden sollen. *Springer* hatte das Unternehmen im August 2021 gekauft und will damit den US-Markt aufrollen. Der Newsletter „Protocol“, ein Ableger von „Politico“, steht auf der Abschlusliste.

Die Hektik, in der bei *Springer* wieder einmal umstrukturiert wird, dürfte mit den Interessen des Hauptaktionärs *KKR* zu tun haben. Finanzinvestoren lieben keine längerfristigen Investments, sie verlangen einen raschen Rückfluss des eingesetzten Geldes. Dafür sollte der Börsengang des internationalen Stellenportals *Stepstone* und der Kleinanzeigen-Plattform *Aviv* sorgen. Diese Pläne mussten wegen der krisenhaften Weltlage verschoben werden, sie sollen aber „in den nächsten Jahren“ vollzogen werden, so Döpfner.

In den USA hat *Axel Springer* zur Jahreswende 2022/23 einen Justizfall außergerichtlich bereinigt. Eine ehemalige „Bild“-Mitarbeiterin hatte den Konzern verklagt, weil er sexuelle Belästigungen durch den damaligen Chefredakteur Julian Reichelt geduldet habe. Die Übergriffe sollen zwar in Deutschland stattgefunden haben, weil die Frau aber zeitweise auch in den USA für *Springer* tätig war, wäre dort ein Gerichtsverfahren möglich gewesen. Mathias Döpfner hatte die Anschuldigungen stets bestritten, war nun aber trotzdem bereit, eine hohe Summe (Schätzungen liegen unter einer Million Euro) zu bezahlen, um einen Prozess zu vermeiden. Das Ansehen des Konzerns und seines Vorstandsvorsitzenden auf dem strategisch wichtigen US-Markt sind durch den Vorgang beschädigt worden.

*Teuere Klagevermeidung in den USA*

## **Georg von Holtzbrinck GmbH & Co. KG**

Bei der Stuttgarter *Holtzbrinck Publishing Group* hat es zum Jahreswechsel 2022/23 einen Personalwechsel an der Spitze gegeben: Carel Halff hat Alexander Lorbeer als Vorstandsvorsitzender abgelöst; der war selbst nur zweieinhalb Jahre im Amt gewesen. Derartige Wechselspiele sind gemeinhin Ausdruck von „Handlungsbedarf“, d. h. einer problematischen Geschäftsentwicklung. Allerdings dementierte Halff dies ausdrücklich („Die Holtzbrinck-Verlage sind kerngesund“). Weshalb der Verleger Stefan von Holtzbrinck ihn dann ins Haus geholt haben könnte, darüber wurde in den Fachmedien spekuliert. Wenn nicht als Sanierer (dafür ist Halff eigentlich bekannt), dann womöglich um Strukturen zu straffen und das Unternehmen durch Aufkäufe zu vergrößern.

*Holtzbrinck mit neuem Vorstandschef*

Im Geschäftsjahr 2021 ist die Verlagsgruppe um fast zwölf Prozent gewachsen. Die größte Unternehmenssparte sind die Publikums-Buchverlage *S. Fischer*, *Rowohlt*, *Kiepenheuer & Witsch*, *Droemer Knauer* und andere, die unter der Marke *Macmillan* zusammengefasst sind. Das Hochschulgeschäft firmiert unter den Marken *Macmillan Higher Education* und *Macmillan New Ventures* und ist hauptsächlich in den USA unterwegs. Dieser Bereich hat unter der zeitweisen Schließung von Bildungseinrichtungen gelitten. Im Digitalgeschäft wird der Rest untergebracht: *Zeit-Verlag* (50 Prozent), *Spotlight* (Pädagogik), *Prognos* (Wirtschaftsforschung) und *Holtzbrinck Digital* mit diversen Beteiligungen an Start-ups. Dort hat es 2021 das größte Wachstum gegeben.

*Geschäftszahlen für 2021: deutliches Wachstum*

Deutlich stärker als der Umsatz sind die Profite angestiegen. Das bereinigte EBITDA ist in zwei Jahren fast versechsfacht worden, das Nettoergebnis konnte von einem Verlust 2019 in einen Gewinn von 284 Millionen Euro gewandelt werden.

**Wirtschaftszahlen<sup>1</sup> der VG Georg von Holtzbrinck GmbH & Co. KG (in Millionen Euro)**

	2019	2020	2021	21/20 (%)
Umsatz	1.528,8	1.560,1	1.744,6	+ 11,8
- Macmillan Publishers	1.001,6	1.038,2	1.160,3	+ 11,8
- Holtzbr. Science & Education	244,0	224,4	241,1	+ 7,4
- Holtzbrinck Digital	301,2	309,0	363,1	+ 17,5
- Konsolid./Sonstige	- 19,9	- 18,5	- 19,9	-
Umsatz nach Ländern bzw. Regionen				
- Nordamerika	793,5	817,4	918,8	+ 12,4
- Deutschland	462,9	465,4	513,6	+ 10,4
- Großbritannien	121,5	122,4	132,3	+ 8,1
- übriges Europa	81,0	76,7	97,7	+ 27,4
- Übrige Regionen	69,9	78,2	82,2	+ 5,1
Operat. EBITDA, bereinigt	80,0	265,0	454,7	+ 71,6
Konzernergebnis	- 22,3	92,9	284,3	> 100
Beschäftigte	5.302	5.067	5.137	+ 1,4
- darunter Inland	2.152	2.111	2.107	- 0,2

<sup>1</sup> ohne die 53-Prozent-Beteiligung an Springer Nature

Quelle: Bundesanzeiger, 25. 2. 2021 und 8. 12. 2022

Der *Holtzbrinck*-Konzern ist deutlich größer als es die obigen Zahlen nahelegen. Zu seinem Portfolio gehört auch die Mehrheit des Wissenschaftskonzerns *Springer Nature*, der vom Umsatz her fast an die Muttergesellschaft heranreicht. Er hat im Oktober 2022 erstmals einen umfassenden Jahresbericht veröffentlicht. Demnach hat der Umsatz 2021 nach einer Delle im ersten Pandemiejahr um 4,6 Prozent zugenommen und fast das Vor-Corona-Niveau wieder erreicht. Mit knapp drei Vierteln des Umsatzes ist der Wissenschaftsbereich die mit Abstand größte Sparte. Sein Wachstum stammte neben den wissenschaftlichen Zeitschriften von den mehr als 580 Open-Access-Journalen. Die dort veröffentlichten Forschungstexte sind zur kostenfreien Nutzung verfügbar und finanzieren sich durch Publikationsgebühren.

*Auch Springer Nature hat Zahlen für 2021 veröffentlicht.*

**Wirtschaftszahlen der Springer Nature Group AG & Co. KGaA (in Millionen Euro)**

	2019	2020	2021	21/20 (%)
Umsatz <sup>1</sup>	1.718,9	1.626,7	1.700,9	+4,6
- Wissenschaft	1.248,2	1.256,7	1.305,8	+ 3,9
- Bildung	257,4	175,8	183,8	+ 4,6
- Fachinformationen	213,3	194,2	211,3	+ 8,8
Operat. Ergebnis, bereinigt	410,8	396,2	443,4	+ 11,9
Umsatzrendite (%) <sup>1</sup>	24	24	26	-

<sup>1</sup> Operationales Ergebnis in Prozent des Umsatzes

Quelle: Springer Nature Group, Annual Progress Report 2021, Berlin, S. 47

*Springer Nature* ist im Mai 2015 aus dem Zusammenschluss der *Nature Publishing Group*, *Palgrave Macmillan* und *Macmillan Education* (alle von *Holtzbrinck*) mit *Springer Science+Business Media* vom Finanzinvestor *BC Partners* entstanden. Am neuen Unternehmen halten die beiden Partner seither 53 bzw. 47 Prozent der Anteile. *BC Partners* wollten eigentlich längst wieder aus ihrem Investment aussteigen, ein Börsengang sollte

der Weg dazu sein. Der musste aber 2018 kurzfristig abgesagt werden, weil die Nachfrage nach den Aktien zu gering und der Einstiegskurs deshalb zu niedrig gewesen war. Auch aktuell dürfte dergleichen nicht zur Debatte stehen.

## Südwestdeutsche Medienholding GmbH

Das Stuttgarter Medienhaus hat das Geschäftsjahr 2021 besser als die vorangegangenen abgeschlossen. Der Umsatz ist um 3,2 Prozent gestiegen, um Sondereffekte bereinigt waren es sogar 4,2 Prozent. Das EBITDA ist um 36,9 Prozent nach oben geschneit, beim Nettoprofit wurde aus einem Minus ein Plus von 14,8 Millionen Euro. Allerdings war im Jahr 2018 noch ein Umsatz von 944,3 Millionen verbucht worden, der Zuwachs 2021 ging also von einem stark gesunkenen Niveau aus.

*Die SWMH hat die Verlustzone verlassen.*

### Wirtschaftszahlen der Südwestdeutschen Medienholding (in Millionen Euro)

	2019	2020	2021	21/20 (%)
Umsatz <sup>1</sup>	922,7	855,2	882,6	+ 3,2
- Lesermarkt	350,2	362,3	370,4	
- Werbeerlöse	285,5	234,2	235,0	0,0
- Andere Erlöse	284,1	256,5	275,2	
EBITDA	48,7	79,5	108,8	+ 36,9
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	- 43,0	- 16,3	+ 14,8	-
Beschäftigte	15.264	14.889	14.372	
- darunter Zustellung	6.266	5.811	3.396	

#### Umsatz nach Konzernsparten 2021:

	Umsatz	EBITDA
- Medienholding Süd	326	36
- Süddeutsche Zeitung	310	42
- SV-Fachinformationen	150	22
- Zeitungsgrp. Hof, Coburg, Suhl	96	10

Quelle: Bundesanzeiger, 23. 2. 2021 und 23. 12. 2022; Kress Pro 4/22, S. 55 ff.

In den Jahren vor 2020 hatte die SWMH eine schwierige Situation zu bewältigen. Seit 2014 waren regelmäßig Verluste eingefahren worden, die an der Substanz des Unternehmens zehrten und die Eigentümer zu Gesellschafterdarlehen zwangen. Schuld daran waren die Folgekosten der Übernahme des *Süddeutschen Verlags* („Süddeutsche Zeitung“, *Zeitungsgruppe Hof-Coburg-Suhl*, *Fachverlagsgruppe Hüthig*) 2003 und 2007, die größtenteils über Kredite finanziert wurde. Dieser Deal war mit knapp 900 Millionen Euro überbeuert gewesen und mit überhöhten Zinsen finanziert worden.

*Der „Süddeutsche Verlag“ ist kein Sorgenkind mehr.*

Inzwischen scheint sich der Kauf des Münchener Pressehauses ausgezahlt zu haben. In einem Interview hatte SWMH-Chef Christian Wegner die Bedeutung der „Süddeutschen Zeitung“ für das Konzernergebnis hervorgehoben (meedia, 4. 5. 22). Zwar ist die *Medienholding Süd* („Stuttgarter Zeitung“, „Stuttgarter Nachrichten“) das umsatzstärkste Segment im Konzern, das höchste EBITDA liefern aber die „Süddeutsche Zeitung“ und deren Fachverlag ab. Das hat die Zeitschrift „Kress Pro“ in einer Übersicht nach eigenen Recherchen gezeigt (siehe Tabelle oben). Nach Wegners Angaben im o. g. Interview finanzieren die Abo-Erlöse den gesamten *Süddeutschen Verlag*.

Solche Erfolge haben ihren Preis, und den bezahlen weder die Eigentümer noch das Management. In der „SZ“-Redaktion wurden 50 Vollzeitstellen – etwa zehn Prozent der Belegschaft – gestrichen, bei der „Medienholding Süd“ 55 Stellen.

Die *SWMH* ist über komplizierte Kapital- und Personalverbindungen mit zwei anderen Medienhäusern im Südwesten verbunden. Die *Medien-Union* in Ludwigshafen (Verleger Thomas Schaub) ist mit 48,2 Prozent an ihr beteiligt, in gleicher Höhe hält die „Gruppe Württembergischer Verleger“ Anteile. In der wiederum gibt mit 11,9 Prozent die Familie Ebner den Ton an, der die *Südwest-Presse* in Ulm gehört. Thomas Schaub ist außerdem Vorsitzender des Herausgeberrats bei der „Süddeutschen Zeitung“. In manchen Studien zum Zeitungsmarkt (z. B. von Horst Röper) werden deshalb die drei Konzerne *SWMH*, *MU* und *SwP* als ein Konglomerat namens „Südwest-Gruppe“ zusammengefasst.

*SWMH: ein schwer durchschaubares Geflecht*

## Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten

Nachdem im Juni 2022 das Magazin „Business Insider“ erstmals von fragwürdigen Finanzaktionen und Verträgen beim *Rundfunk Berlin-Brandenburg* (RBB) berichtet hatte, fegte ein Sturm der Empörung nicht nur über die Anstalt in Berlin und Potsdam hinweg, sondern über die ARD insgesamt, das ZDF und den öffentlich-rechtlichen Rundfunk als solchen. Die RBB-Intendantin Patricia Schlesinger wurde entlassen, andere hochrangige Funktionsträger verloren ihre Posten, interne Investigationsteams durchleuchteten die Strukturen. Mit immer wieder neuen Enthüllungen zeigte sich ein Bild, das Ralf Heimann im „Altpapier“ (21. 12. 22) so formulierte: „Anscheinend sind jegliche Maßstäbe verloren gegangen.“

*Der Skandal beim RBB schadet dem gesamten ö. r. Rundfunk.*

Es verwundert nicht, dass der Vorgang Forderungen diskutierbar werden ließ, die vorher eher hinter vorgehaltener Hand formuliert wurden: Sie reichen von der radikalen Beschneidung der Finanzmittel über die Eingliederung kleiner Anstalten (RB und SR) bis zur Abschaffung oder Privatisierung des ZDF.

Der zentrale Hebel aller Bemühungen, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu schwächen, wird die Finanzfrage sein. Hier hatte der Ministerpräsident von Sachsen-Anhalt, Rainer Haseloff (CDU), als erster Marken gesetzt: „Ich halte eine Erhöhung des Rundfunkbeitrags in den nächsten Jahren im sachsen-anhaltischen Landtag für undenkbar.“ Inzwischen kamen gleichlautende Äußerungen aus Bayern, Brandenburg und Berlin. Zwar hatte das Bundesverfassungsgericht 2021 genau hierzu geurteilt, dass weder die Ministerpräsidenten noch die Landtage das Recht haben, eine Beitragserhöhung aus politischen Erwägungen abzulehnen (QB 3/21-2, S. 8), aber das interessiert wohl nicht. Auch eine Inflationsrate um die zehn Prozent scheint kein Argument zu sein. Die Bundesländer könnten die Zustimmung trotzdem verweigern und es auf einen Verfassungskonflikt ankommen lassen.

*Die Finanzbasis von ARD und ZDF soll stark beschnitten werden.*

Zuständig für die Ermittlung des Rundfunkbeitrags ist die *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* (KEF). Ihre Empfehlung bildet die Grundlage für die Beschlussfassung durch die Landesregierungen und die Landtage. Eine Abweichung ist nur in begründeten Ausnahmefällen zulässig. Für 2023 hatte die Kommission befunden, dass trotz hoher Inflation keine Erhöhung notwendig sei. Derzeit läuft das Prüfungsverfahren für die Periode ab 2025. Dazu melden die einzelnen Rundfunkanstalten ihren voraussichtlichen Bedarf an, die *KEF* formuliert auf dieser Grundlage ihre Empfehlung. Die von den Anstalten formulierten Programmentscheidungen dürfen dabei nicht übergangen und ihre finanziellen Auswirkungen nicht ignoriert werden, so das Bundesverfassungsge-

*Das Verfahren zur Ermittlung des künftigen Finanzbedarfs ist angelaufen.*

richt. Allerdings kann die Kommission von sich aus Einsparungen fordern und dazu Vorschläge entwickeln, was sie in der Vergangenheit auch reichlich getan hat.

Bei der Berechnung dürften Mehrerträge, die bei *ARD* und *ZDF* während der Pandemie angefallen sind, eine Rolle spielen. Es hat 2020/21 weniger finanzielle Ausfälle und weniger zusätzliche Ausgaben gegeben, zudem ist die Zahl der Haushalte gestiegen. In den Staatskanzleien wird mit 350 Millionen Euro Überschüssen gerechnet. Dieses Geld dürfen die Anstalten nicht ausgeben, es fließt in Sonderrücklagen.

Zeitgleich mit dem Skandal beim *RBB* und darüber hinaus, im Dezember 2022, wurde der neue Medienstaatsvertrag mit einigen aktuellen Änderungen von den Bundesländern verabschiedet. Eine größere Reform enthielt er nicht. Die Mitglieder der *ARD* haben im Dezember 2022 ihrerseits beschlossen, stärker zusammenzuarbeiten und Synergien zu nutzen, um Kosten zu sparen. Das bedeute z. B., dass entsprechende Spartenkanäle und Hörfunkangebote nicht mehr linear, sondern vor allem digital angeboten werden. Die *ARD* will bis 2030 „eine digitale öffentlich-rechtliche Qualitätsplattform“ aufbauen. Dazu werde man vorrangig die digitalen Programmangebote sowie den technologischen Ausbau entwickeln.

*Neuer Medienstaatsvertrag*

Die *ARD* hat schon 2022 im Gemeinschaftsprogramm 150 Mio. Euro ins Digitale umgeschichtet und dafür unter anderem den Sportetat um 50 Mio. Euro pro Jahr gekürzt. Damit soll der Erfolg der Mediathek weiter verstetigt werden und durch eine regionale Sortierung und personalisierte Nutzung der Angebote „die Nutzerfreundlichkeit der Mediathek noch stärker hervorgehoben werden“.

*Investitionen werden ins Digitale verschoben.*

Auch beim *ZDF* wird umgeschichtet. Intendant Norbert Himmler hat angekündigt, dass bis 2025 etwa 100 Millionen Euro aus dem Hauptprogramm in einen „Topf“ für die Mediathek und die Digitalkanäle verschoben werden sollen.

Eher beiläufig wurde bekannt, dass die *ARD* ein kostenpflichtiges Angebot „*ARD Plus*“ entwickelt hat. Seit dem 18. 10. 2022 ist es als eigenständiger Streamingdienst im Internet abrufbar. Vorher schon war er über mehrere kommerzielle Streamingplattformen zu erreichen. Für 4,99 Euro monatlich werden dort Inhalte angeboten, für die der Senderverbund keine Rechte zur kostenlosen Auswertung in der Mediathek mehr besitzt. Das ist der Fall, weil Sendungen nur für eine bestimmte Zeit dort stehen dürfen, oder weil die Rechte nur zeitlich begrenzt erworben worden sind.

*Kostenpflichtiger Streamingdienst*

---

#### **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