



Januar bis März 2023  
Teil 2: Konzernübersichten

© Petra Dressler

# Das Arbeitsplatz-Massaker

Von Gert Hautsch

26. April 2023

*Die Quartalsberichte stützen sich auf die Auswertung von Internetseiten, Zeitungen, Fachzeitschriften, Informationsdiensten, Verbands- und Unternehmenspublikationen. Verweise im Text auf vorangegangene Quartalsberichte erfolgen als Abkürzung.*

Im ersten Quartal des neuen Jahres haben die vier größten deutschen Medienkonzerne eine regelrechte Offensive in Richtung Arbeitsplatzabbau begonnen. Alles in allem werden bei *Bertelsmann*, *ProSiebenSat.1*, *Axel Springer* und *Burda* mehrere tausend Menschen betroffen sein. Andere Verlage und Sender werden das Geschehen mit Interesse verfolgen, die Hemmungen dürften auch bei ihnen sinken. An den Geschäftszahlen kann es nicht liegen. Diese waren 2022, soweit sie schon vorliegen, gut bis sehr gut. Auch für das neue Jahr gibt es zwar Probleme, aber keine Katastrophenszenarien.

*Tausende Arbeitsplätze werden vernichtet.*

Die Gründe für die Kahlschlagspolitik sind übergeordneter Natur: Das ist zum einen der anhaltende Niedergang der gedruckten Medien. Der führt offenbar dazu, dass das Interesse schwindet, sich mit dieser Art von Produkten weiter zu befassen, sich dafür womöglich noch Strategien auszudenken und Geld zu investieren. Der Umgang *Bertelsmanns* mit *Gruner+Jahr* steht dafür beispielhaft. *Axel Springer* hat den größten Teil seiner gedruckten Medien ohnehin schon 2014 und vorher abgestoßen.

In diesem Zusammenhang spielen auch die Bundesregierungen eine ungute Rolle. Eine staatliche Förderung der Pressezustellung ist von der letzten Merkel-Regierung wegen Unfähigkeit in den Sand gesetzt worden (QB 4/20-1, S. 3 f.). Seither hat sich die Notwendigkeit einer Regelung wegen der Kostensteigerungen bei Papier, Energie und Mindestlohn verschärft. Unter Scholz ist jedoch ein ausgeprägter Unwille zu erkennen, sich überhaupt mit dem Thema zu befassen. Das eigentlich zuständige Wirtschaftsministerium (Habeck) tut alles, um das Vorhaben von sich wegzuschieben, positive Gutachten werden ausdrücklich abgelehnt (siehe Teil 1 dieses Berichts, S.2).

*Die Politik windet sich heraus.*

Ein zweiter wesentlicher Grund für die Massenentlassungen liegt in den Renditeforderungen des beteiligten Kapitals. Bei *Axel Springer* und *ProSiebenSat.1* haben Finanzinvestoren einen entscheidenden Einfluss auf die Geschäftspolitik. Sie sind ihren Kapitalgebern zu hohen Renditen verpflichtet und bekommen durch die Weltlage Schwierigkeiten, dem nachzukommen. Die Pandemie, danach der Ukrainekrieg und jüngst die Fast-Bankenkrise lassen Börsengänge nur mit hohem Risiko zu, auch der Verkauf von Unternehmen ist schwierig geworden. Auf diesen Wegen vergrößert sich normalerweise das Finanzkapital. Deshalb steigert es in „seinen“ Unternehmen den Druck, um durch Einsparungen höhere Profite zu erzeugen, und dafür ist Personalabbau das bevorzugte Mittel.

*Die Renditeforderungen des Finanzkapitals befeuern die Entlassungspläne.*

## **Bertelsmann SE & Co. KGaA**

„Wir werden alle Mitarbeitenden wertschätzend behandeln – besonders die, die uns verlassen.“ Dieser Satz in einer RTL-Präsentation Mitte Februar 2023 kann auf zweierlei Weise verstanden werden, als Zynismus oder als Versprechen für großzügige Abfindungen. Auf jeden Fall gibt er das wieder, wofür der *Bertelsmann*-Konzern im Frühjahr 2023 steht: Personalabbau in einer Rücksichtslosigkeit, für die die deutsche Medienwirtschaft nur wenige Beispiele kennt.

Bis zu 700 Stellen „entfallen“ am ehemaligen *Gruner+Jahr*-Standort Hamburg, 300 weitere bei *RTL* in Köln. Die Druckerei in Ahrensburg mit 550 Beschäftigten wird dichtgemacht. *RTV Media* in Nürnberg mit 87 Stellen wird liquidiert. Die Zahlen beziehen sich auf Vollzeitstellen. Wegen der hohen Teilzeitquote dürfte die Zahl der tatsächlich Entlassenen mindestens doppelt so hoch liegen. Zudem wird ein Großteil der Redaktionsarbeit durch Freischaffende geleistet, für die es noch nicht einmal Sozialpläne gibt. Die Kahl-schlags-Orgie wird mehrere tausend Menschen direkt treffen.

*Mehr als 1.600 Vollzeitstellen sollen verschwinden. Die Zahl der Betroffenen ist noch viel höher.*

Dahinter steht die grandios gescheiterte Geschäftspolitik des Vorstandsvorsitzenden Thomas Rabe. Der hat seit Mitte 2022 alle strategischen Vorhaben an die Wand gefahren. Lauthals hatte er verkündet, mit Großfusionen Spitzenplätze auf wichtigen Märkten besetzen („nationale Media-Champions“) und so der Übermacht der US-Digitalkonzerne entgentreten zu wollen. Die Pläne platzten aus unterschiedlichen Gründen.

*Thomas Rabes Strategie ist gescheitert, ein Plan B existiert nicht.*

So verhinderte die US-Regierung, dass *Penguin Random House* den Buchverlagskonzern *Simon & Schuster* kauft und den mit Abstand größten Belletristikverlag der Erde schafft. Eine Großfusion bei Callcentern mit dem US-Konzern *Sitel* hätte ebenfalls den globalen Marktführer schaffen sollen, platzte aber wegen Streitigkeiten der Beteiligten untereinander. Auf dem mitteleuropäischen Fernseh- und Videomarkt wollte die *RTL-Group* mit zwei Übernahmen zum „Champion“ werden. In Frankreich und den Niederlanden hätte sie die Geschäfte mit den dortigen Konkurrenten *TF 1* und *Talpa* vereinigt, um ein Gegengewicht zu den US-Plattformen *Netflix*, *Amazon* und anderen zu schaffen. Das blockierten die Kartellbehörden (QB 4/22-2, S. 4).

Und schließlich das Drama um den Pressekonzern *Gruner+Jahr*: Den hatte *Bertelsmann* im Sommer 2021 als Geschäftsbereich aufgelöst und in den Fernsehkonzern *RTL* gestopft. Der Kaufpreis von 230 Millionen Euro floss von der *RTL-Group* (Vorstandschef Thomas Rabe) an die Muttergesellschaft *Bertelsmann* (Vorstandschef Thomas Rabe). Danach sollte fast schon ein neues Zeitalter beginnen: Der „Content“ aus den Redaktionen von „Stern“, „Brigitte“, „Geo“ und anderen sollte sich in den Programmen von „RTL“, „RTL 2“ oder „Vox“ wiederfinden – und umgekehrt. „One App – All Media“ lautete das Schlagwort. Auch daraus wurde nichts. Wie sich schnell zeigte, ist das Publikum der Fernsehsender ein anderes als die Leserschaft der Zeitschriften, eine redaktionelle Verschmelzung funktionierte nicht. Das gibt Thomas Rabe inzwischen offen zu.

*Gruner+Jahr  
wird abgewickelt.*

Was folgte daraus? Man könnte meinen, dass dann eben nach neuen Optionen für das Magazinesgeschäft gesucht wird. Kern hätte der Ausbau des Digitalgeschäfts sein müssen, der bei *Gruner+Jahr* verschlafen worden ist. Das Unternehmen war bis vor wenigen Jahren der auflagenstärkste Magazinverlag in Europa. In Deutschland war er der renommierteste große Verlag und beim Umsatz die Nummer zwei (hinter Bauer). Aber ein gut funktionierendes Bezahlmodell gab es nicht einmal beim Flaggschiff „stern.de“.

Zu strategischen Anstrengungen in Sachen Zeitschriften hat man in Gütersloh offenbar keine Lust mehr. Wenn schon die Konzernstrategie in Trümmern liegt, dann will man sich nicht auch noch mit dem schwieriger werdenden Printgeschäft befassen müssen. Was liegt da näher als den Laden einfach dichtzumachen und andere lästige Bereiche gleich mit abzuräumen? Immerhin bei der Namensgebung für die Aktion war man kreativ: „Projekt Pearl“.

Vor zwei Jahren hat *Gruner+Jahr* in Deutschland 54 Zeitschriften produziert, 34 davon IVW-zertifiziert. Mehr als zehn weitere kamen aus der *Deutschen Medienmanufaktur*, die *G+J* (bzw. jetzt *RTL*) zusammen mit dem *Deutschen Landwirtschaftsverlag* betreibt.

- Von alledem sollen nur drei „Kernmarken“ (Stern, Geo und Capital) definitiv zu *RTL* wandern und dort weitergeführt werden. Ihre redaktionellen Angebote will man mit denen der Fernsehsender verzahnen. Das Onlineportal „stern+“, das derzeit mit 14.000 Digitalabos weit abgehängt ist, soll mit 30 Millionen Euro aufgepäppelt werden. Der Redaktionssitz bleibt in Hamburg.
- Eine zweite Kategorie von Kernmarken (z. B. Brigitte, Gala, Schöner Wohnen) bleiben bei der *RTL-Tochter Gruner+Jahr Deutschland GmbH* in Hamburg. Deren Perspektive ist unklar. Die dort Beschäftigten dürfen sich von Thomas Rabes Ankündigung vom September 2022 angesprochen fühlen: Man werde „nur solche Titel mit *RTL* zusammenführen, die wirklich synergetisch sind“. Ihre Magazine sind damit offensichtlich nicht gemeint, deshalb kursiert das böse Wort einer „bad bank“. Die beiden Kategorien von Kernmarken umfassen zusammen nach Angaben von *RTL* rund 70 Prozent des Magazinumsatzes, das Gros entfällt auf den „Stern“.
- Ein Teil des restlichen Portfolios wurde zum Verkauf gestellt, erste Angebote sind eingegangen. Der *Deutsche Landwirtschaftsverlag* wird wohl die *Deutsche Medienmanufaktur* (u. a. „Landlust“, Essen & Trinken“) ganz übernehmen. Zu den anderen Verkaufsgesprächen (z. B. „Business Punk“, „Art“, „P. M.“, „Beef!“) gibt es keine Informationen. Sie sollen bis zum Sommer 2023 abgeschlossen sein.
- Was übrig bleibt – einstweilen 23 Titel – wird bis Ende Mai 2023 eingestampft. Darunter sind etliche Vorzeigehefte („Geo Wissen“, „Brigitte Woman“, „Barbara“), für die man aber in Köln offenbar keine Verwendung mehr hat.

*Zwei Sorten von  
„Kernmarken“;  
der umfangreiche  
Rest wird ver-  
ramscht oder  
dichtgemacht.*

Soweit das Abwicklungsszenario für *Gruner+Jahr*, wie es bei Manuskriptabschluss erkennbar war. Der Stellenabbau soll bis Ende 2025 durchgezogen werden, die Rede ist von 700 von derzeit 1.900 Arbeitsplätzen. Betroffen sind in erster Linie Jobs in der Verwaltung, aber auch in den Redaktionen. Durch den Verkauf von Titeln werden weitere 200 Stellen wegfallen. Allerdings war das noch nicht alles.

- *Bertelsmanns* Tochterfirma *Prinovis* wird bis Ende 2024 in Ahrensburg bei Hamburg die letzte verbliebene Tiefdruckerei mit 545 Beschäftigten schließen. Vorangegangen war Ende 2022 das Aus für die Tief- und Offsetdruckerei in Dresden. Bis Ende Juli 2023 wird auch der erst 2006 neu geschaffene Druckstandort in Liverpool Geschichte sein. *Prinovis* war 2005 als Zusammenschluss der Tiefdrucksparten von *Bertelsmann-Arvato*, *Gruner+Jahr* und *Axel Springer* (2015 ausgestiegen) entstanden und war Europas größter Tiefdruckkonzern mit zeitweise 4.300 Beschäftigten.
- Mitte März 2023 verkündete *Bertelsmann* überraschend, dass auch die *RTV Media Group* in Nürnberg bis Jahresende vom Markt verschwinden soll. Dort wird von 87 Beschäftigten hauptsächlich die Fernsehbeilage „rtv Plus“ (IVW-Auflage 4,5 Millionen, davon 2,5 Millionen als ePaper) und die Beilage „Land & Leute“ (1,3 Millionen) produziert. Das TV-Heft wird bisher von rund 50 regionalen Zeitungsverlagen bezogen, außerdem in veränderter Form von „Stern“, „Bild“, „SZ“ und „Tagesspiegel“. Als Begründung für die Einstellung werden rückläufige Werbeerlöse und steigende Materialkosten genannt.
- In der *RTL-Zentrale* in Köln werden bis 2025 jährlich rund 100 Arbeitsplätze gestrichen, vorwiegend durch Fluktuation und Altersteilzeit, zusammen also etwa 300. Derzeit gibt es dort 4.300 Vollzeitstellen.
- Für die Vertriebstochter *DPV* in Hamburg hat Thomas Rabe „Anpassungen“ angekündigt. Wie diese aussehen sollen, ließ er offen.

*Die Prinovis-Druckerei in Ahrensburg wird geschlossen.*

*RTV Media wird liquidiert.*

*Stellenabbau bei RTL*

*„Anpassungen“ bei DPV*

Bei den wenigen „Kernmarken“ will *RTL* in den kommenden Jahren investieren. Etwa 80 Millionen Euro sind vorgesehen, davon 20 Millionen in neue Räumlichkeiten, 30 Millionen in das *G+J*-Portfolio rund um „Brigitte“ und „Gala“ sowie 30 Millionen in die Digitalplattform „stern+“. Bei der sollen alle bisherigen Magazinportale integriert und in die „*RTL News*“ des Fernsehsenders eingebunden werden. Die Zahl der Digitalabonnements will man von derzeit 30.000 (davon 14.000 bei „stern+“) bis 2025 auf 100.000 steigern. Man wolle „ein journalistisches Digitalangebot aufsetzen, das es in dieser Form im Markt noch nicht gibt“, verkündete der *RTL*-Contentchef Stephan Schmitter in einem Interview (FAZ, 25. 3. 23)

*„Stern+“ soll der Kern der neuen Digitalstrategie werden.*

Die Massenentlassungen und Titeleinstellungen sind nicht nur für die Beschäftigten eine Tragödie, sie erzeugen auch einen enormen publizistischen Schaden. Das Vorgehen zeugt von Ignoranz gegenüber der Bedeutung von Journalismus und ist der Ausdruck schierer Unwillens, sich noch mit dem (auch digitalen) Magaziningeschäft abzugeben. Dies wird vom größten deutschen Medienkonzern vollzogen, was besonders bitter ist.

Dabei lesen sich dessen Geschäftszahlen für das vergangene Jahr gar nicht schlecht. Nach den Worten von Thomas Rabe war 2022 „ein erfolgreiches Geschäftsjahr. ... Wir wachsen und sind hochprofitabel“. Der Konzernumsatz ist um 8,3 Prozent gewachsen und hat erstmals in der Unternehmensgeschichte die 20 Milliarden überschritten. Organisch, d. h. von Sonderfaktoren bereinigt, waren es 4,1 Prozent mehr. Der Gewinn vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (Ebitda) lag mit 3,2 Milliarden Euro leicht unter dem Vorjahreswert, der Nettoprofit war mit 1,05 Milliarden zwar nur halb so groß wie

*Die Geschäftszahlen für 2022 lesen sich gut.*

2021, aber dafür waren damalige Sondererlöse aus Verkäufen (*SpotX*) und Neubewertungen die Ursache. Bei den Zahlen ist zu berücksichtigen, dass 2022 die Inflationsrate (Verbraucherpreisindex) 7,9 Prozent betragen hat.

Die *RTL-Group* hat ihren Umsatz um drei Prozent auf 7,2 Milliarden Euro steigern können. Darin ist allerdings der Verlag *Gruner+Jahr* enthalten, der 2021 gekauft worden ist. Gleichzeitig haben die Verkäufe von *RTL Belgium* und *RTL Croatia* den Umsatz verringert. Ohne diese Vorgänge wäre der Umsatz nur um 1,6 Prozent gestiegen. Das Ebitda von RTL ist um 6,6 Prozent gesunken, die Ursache waren neben niedrigeren Werbeerlösen die (eingepflanzten) 233 Millionen Euro Anlaufverluste der Streamingplattformen „RTL+“ und „Videoland“.

*Die RTL-Group ist nur noch langsam gewachsen.*

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

	2020	2021	2022	22/21 (%)
Umsatz	17.289	18.696	20.245	+ 8,3
<i>RTL-Group</i>	6.017	7.016	7.224	+ 3,0
<i>Arvato</i>	4.382	5.035	5.564	+ 10,5
<i>Penguin Random House</i>	3.802	4.030	4.223	+ 4,8
<i>Gruner+Jahr</i>	1.135	1.051	-	-
<i>Printing Group</i>	1.362	1.319	1.448	+ 9,8
<i>BMG (Musik)</i>	602	663	866	+ 30,6
<i>Education Group</i>	301	283	622	> 100
<i>Investments</i>	12	589	535	- 9,2
<i>Corporate / Konsolidierung</i>	- 324	- 239	- 237	-
EBITDA (operational) <sup>1</sup>	3.143	3.241	3.192	- 1,5
<i>RTL-Group</i>	1.097	1.416	1.323	- 6,6
<i>Arvato</i>	662	825	877	+ 6,3
<i>Penguin Random House</i>	691	755	666	- 11,8
<i>Gruner+Jahr</i>	127	134	-	-
<i>Printing Group</i>	55	60	26	- 56,7
<i>BMG (Musik)</i>	137	144	195	+ 35,4
<i>Education Group</i>	89	86	192	> 100
<i>Investments</i>	- 10	68	22	- 67,7
<i>Corporate / Konsolidierung</i>	+ 295	- 113	- 109	-
Konzerngewinn	1.459	2.310	1.052	- 54,5
Wirtschaftliche Investitionen <sup>2</sup>	1.717	1.998	2.168	+ 8,5
Nettofinanzschulden	2.055	959	2.249	> 100
Beschäftigte (Jahresende)	132.842	145.027	164.691	+ 13,6

<sup>1</sup> aus fortgeführten Aktivitäten

<sup>2</sup> inkl. übernommener Finanzschulden

Quelle: Bertelsmann-Pressemitteilung, 31. 3. 2022 und 30. 3. 2023; Geschäftsbericht 2022, S. 36

Für das laufende Geschäftsjahr zeigte sich Finanzvorstand Rolf Hellermann optimistisch: Man rechne „mit einem moderaten bis deutlichen Umsatzanstieg sowie einem stabilen operativen Ergebnis“. Vorstandsvorsitzender Thomas Rabe stellte bis 2026 einen Umsatz von 24 Milliarden Euro und ein Ebitda von vier Milliarden in Aussicht. Wie der Plan B nach den gescheiterten Fusionsplänen aussieht, verrät das Management nicht.

*Optimismus für 2023*

## ProSiebenSat.1 Media Group SE

Eigentlich hätte sie am 2. März 2023 stattfinden sollen. Aber einen Tag vorher ließ der Vorstand von *ProSiebenSat.1* (P7S1) wissen, dass die Bilanzpressekonferenz und damit die Bekanntgabe der Geschäftszahlen für 2022 auf unbestimmte Zeit verschoben wird. Damit wackelt auch der Termin für die Hauptversammlung (2. Mai). Begründet wird das mit „regulatorischen Fragestellungen“ in Bezug auf die Tochterfirma *Jochen Schweizer Mydays*.

*Einstweilen keine Geschäftszahlen für 2022*

Zu solch einem blamablen Schritt entschließt sich ein Unternehmen nicht ohne Not. *Jochen Schweizer Mydays* ist ein Gutschein-Anbieter mit Sitz in München. Eine Unternehmensprüfung durch die Firma *EY* hat nach einem Bericht der „Wirtschaftswoche“ ein „bestandsgefährdendes Risiko“ offenbart. Es sind wohl erheblich mehr Bons eingelöst worden als einkalkuliert. Das Unternehmen ist klein, mit 73 Millionen Euro trug es 2021 nur 1,6 Prozent zum Konzernumsatz bei. Trotzdem sah sich der Mutterkonzern zu solch weitreichenden Konsequenzen veranlasst.

Der Vorfall kommt zur Unzeit, denn wenig später kündigte Konzernchef Bert Habets das fast schon überfällige Frühjahrsprogramm deutscher Medienkonzerne an: Massenentlassungen und Kostensenkungen. Genauer sagte er nicht, das soll erst zur Jahresmitte 2023 verraten werden. Aktuell liefen Gespräche „mit Beteiligten und Sozialpartnern“. Als Begründung nannte er, wenig überraschend, das schwierige gesamtwirtschaftliche Umfeld. Auch der Hinweis auf die Anderen – *Bertelsmann*, *Springer* – die es doch genauso machten, fehlte nicht.

*Auch bei P7S1 werden Arbeitsplätze gestrichen.*

Was die Strategie für die Zukunft angeht, bleibt Habets vage. Anders als sein entlassener Vorgänger Rainer Beaujean will er den Schwerpunkt auf „Entertainment“ legen. Die bisherigen weiteren „Säulen“ Dating und Commerce will er verkaufen. Hier fangen die Probleme allerdings an: Der Börsengang der *ParshipMeet Group* war schon für das Frühjahr 2022 angesetzt, wurde aber vom Ukrainekrieg verhindert. Auch ein Termin 2023 ist vor dem Hintergrund der labilen globalen Bankenszene unwahrscheinlich. Das gleiche gilt für die *NuCom-Group* (E-Handel), die ebenfalls zum Verkauf steht.

*Strategieschwenk nach dem Wechsel an der Konzernspitze*

Nach den Vorstellungen von Rainer Beaujean und seines Vorgängers Thomas Ebeling sollte durch die zwei zusätzlichen Standbeine (Dating und NuCom) die Abhängigkeit vom unsicheren Werbegeschäft verringert werden. Unternehmerisch wäre das sinnvoll, wie die aktuelle Entwicklung der Werbewirtschaft zeigt. Aber für das Finanzkapital spielt dergleichen keine Rolle. Bei *ParshipMeet* und *NuCom* ist der Investor *General Atlantic* seit 2017 maßgeblich beteiligt. Die übliche Frist für derlei Engagements ist vorbei, er will sein Geld mit hoher Rendite zurückhaben. Wenn das aktuell nicht über die Börse geht, müssen wenigstens hohe andere Finanztransfers erfolgen. Dazu braucht es entsprechende Profite.

*Im Mittelpunkt steht jetzt „Entertainment“ – weil der Finanzinvestor es so will.*

Mit denen könnte es hapern. Das Unterhaltungsgeschäft von *P7S1* stützt sich wesentlich auf die Fernsehsender im deutschsprachigen Raum. Die Produktionssparte *Red Arrow* ist im vergangenen Jahr gestutzt worden, als sie ihr komplettes US-Geschäft verkaufte. Das Streamingportal „Joyn“ arbeitet defizitär und dümpelt vor sich hin. Es soll zur „Entertainment- & Lifestyle-Marke für die ganze Familie“ befördert werden. Ob das Publikum dabei mitgehen will, muss sich zeigen. Habets fantasierte auch von „Joyn“ als Kern eines umfassenden deutschen Streamingportals, das die eigene Mediathek mit der von *RTL*, *ARD* und *ZDF* umfassen könnte (siehe auch Teil 1 dieses Berichts, S. 12).

Die strategischen Vorstellungen des Managements bleiben wolkig, die Geschäftszahlen stehen aus. Für harte Zahlen sorgt hingegen die Börse. Der Kurs der P7S1-Aktie schwankt seit geraumer Zeit um die neun Euro. Das macht es für finanzkräftige Außenstehende leicht, sich für vergleichsweise wenig Geld Anteile am Konzernkapital zu beschaffen. Auf diesem Weg haben sich ungebetene Gäste von jenseits der Landesgrenzen an den Tisch gesetzt. Das gilt insbesondere für die Mailänder *Media For Europe NV* (MFE), die von der Familie Berlusconi beherrscht wird. Sie hat seit 2019 ihren Anteil an P7S1 auf knapp unter 30 Prozent gesteigert.

*Der Aktienkurs bleibt im Keller.*

Ende 2022 hatte MFE offiziell die „vollständige Kontrolle“ von P7S1 angekündigt. Inzwischen hat sie sich aus dem Prüfverfahren wieder zurückgezogen, denn mit Rainer Beaujean war ein persönliches Hindernis aus dem Weg geräumt worden (er hatte sich vehement gegen die Ansprüche aus Mailand verwahrt). Das neue Management unter Bert Habets ist bereit, sich mit dem Großaktionär zu arrangieren. Auf der kommenden Hauptversammlung wird MFE zwei Posten im Aufsichtsrat erhalten. Die neue Konzernstrategie dürfte den Italienern ebenfalls gefallen. Wenn P7S1 seine Sparten Dating und Commerce verkauft haben wird, kann das Rest-Unternehmen schwer allein existieren. Dafür ist die Übermacht der globalen US-Streamingkonzerne zu groß. MFE will einen europäischen Senderverbund unter Einschluss des deutschen Markts schaffen. Könnte passen.

*Das neuen Management hat sich mit Berlusconis MFE arrangiert.*

Welche Rolle eine weitere Investorin bei P7S1 spielen will, ist noch unklar. Die tschechische Milliardärin Renáta Kellnerová bzw. ihre Firma PPF hat Anfang März 2023 mitgeteilt, dass sie 10,1 Prozent des Aktienkapitals besitzt, und forderte einen Sitz im Aufsichtsrat. Sie ist nicht der erste Investor von der Moldau: Von 2019 bis 2021 hatte Daniel Křetínský mit seiner Firma CMI bis zu 12 Prozent gehalten, um sie dann mit hohem Profit wieder abzustoßen. Ob Kellnerová, die mit Křetínský liiert ist, es ebenso halten will oder ein längerfristiges Engagement plant, bleibt abzuwarten.

*Eine neue Investorin aus Tschechien*

## **Axel Springer SE**

Springers Firmensitz bleibt in Berlin. Konzernchef Mathias Döpfner sah sich Anfang März 2023 veranlasst, das zu betonen, weil die Botschaften, die er ansonsten verkündete, in eine andere Richtung wiesen: Investiert wird jenseits des Atlantiks, während hierzulande Personalabbau ansteht.

Im August 2021 hat Springer für 881 Millionen Euro den US-Nachrichtenverlag *Politico*, der sich speziell an die Politik- und Wirtschaftselite richtet, gekauft. Mit „Insider“ und „Morning Brew“ war man dort schon vorher vertreten. Aktuell ist der Konzern nach eigenen Worten der viertgrößte US-Verlag und will die Nummer eins werden. In den letzten 15 Monaten sind dort rund 400 neue Journalistenstellen geschaffen worden.

*Springer hat 881 Millionen Euro für Politico bezahlt.*

*Politico* soll sich international ausbreiten, neben England und Frankreich auch nach Deutschland. Mathias Döpfner rechnet vor: Bei „Bild“ und „Welt“ arbeiteten zwei Drittel der Vollzeitkräfte in kaufmännischen und Verwaltungsbereichen, ein Drittel im Journalismus. Bei *Politico* sei es umgekehrt. „Das ist unser Vorbild. Das übernehmen wir jetzt für Deutschland.“ Bei den hiesigen Medienmarken seien rund 1.500 Personen in den Redaktionen beschäftigt, davon aber nur 850 „im Kern des Journalismus“, wo sie „investigativ recherchieren, berichten, rausgehen, Sachen erleben und Exklusivberichte schreiben ...“ Demnach wären 650 Stellen entbehrlich.

*Politico soll das Vorbild für die deutschen Medienmarken werden.*

Das geht natürlich nicht so einfach, deshalb heißen die Zauberworte Online Only und Künstliche Intelligenz (KI). „Print ist heute noch profitabel und für Leserinnen und Werbekunden unverzichtbar. Deshalb wird die komplette Umstellung auf Digital noch einige Jahre dauern“, so Döpfner. Analysten vermuten, dass als erstes die deutsche Ausgabe von „Politico“ mit der „Welt“ zusammengelegt und als Konkurrenzprodukt etwa zu „Spiegel online“ und „Zeit online“ in Stellung gebracht wird.

*„Noch einige Jahre“ bis zum Ende von Print*

Auf den 650 Redaktionsstellen außerhalb des „Kerns des Journalismus“ wird gegenwärtig natürlich auch gearbeitet. Entbehrlich sollen sie werden, indem man sie durch Textroboter ersetzt. „Journalistische Produktion wird zum Nebenprodukt, immer mehr technisch unterstützt und automatisiert“, meint Döpfner. Stellenabbau soll es außerdem in den zentralen Funktionen Finanzen, Controlling, Personal und Recht geben, weil auch hier die KI Menschen ersetzen kann. Zahlen werden nicht genannt.

*Roboterjournalismus Als Ausweg.*

Noch in diesem Jahr will *Springer* sein globales Stellenportal „Stepstone“ an die Börse bringen. Es hat rund 4.000 Beschäftigte in 30 Ländern und setzte 2021 mehr als 800 Millionen Euro um. Vor zwei Jahren wurde es mit sieben Milliarden Euro Börsenwert gewichtet – ein Preis, der heute kaum mehr zu erzielen sein dürfte. Die Bankenpleiten in den USA und der Schweiz haben das „Klima“ für Börsengänge verschlechtert. Aber auch wenn der Erlös geringer ausfiele, *Springer* könnte damit Firmen kaufen oder versuchen, eigene Aktien zurückzuziehen. Am wahrscheinlichsten ist allerdings, dass das Geld – zumindest größtenteils – an die Aktionäre ausgeschüttet wird. Das entspräche dem Geschäftsgebaren der Finanzinvestoren, die bei *Springer* seit 2019 das Sagen haben: Die US-Firma *KKR* hält 35,6 Prozent, zusammen mit ihrem Co-Investor *CPPIB* 48,5 Prozent. Auch die Verlegerin Friede *Springer* (22,5 Prozent), Konzernchef Döpfner (21,9 Prozent) und die zwei Kinder Axel *Springers* (7,1 Prozent) würden von einer Ausschüttung profitieren.

*Stepstone soll an die Börse gebracht werden.*

*KKR & Co.* spielen solange mit, wie Döpfners Pläne mit ihren Interessen zusammenpassen. Finanzinvestoren sind keine dauerhaften Anleger, ihr Horizont reicht üblicherweise über sechs bis sieben Jahre. Diese Frist läuft bald ab, und dann wollen sie ihr Investment mit hohem Profit weiterverkaufen. Für ihren 48,5-Prozent-Anteil haben sie 2019 rund 3,3 Milliarden Euro bezahlt. Eine Verdoppelung nach sieben Jahren läge im Bereich des Üblichen. *Springer* selbst wird solche Summen nicht aufbringen können, deshalb wäre der Weiterverkauf an eine andere Investorengruppe der normale Weg. Der Konzern bliebe von den Interessen des Finanzkapitals abhängig.

*Der Druck durch den Finanzinvestor KKR steigt.*

Der sehr hohe Kaufpreis, den *Springer* 2021 für *Politico* bezahlt hat, dürfte für das künftige Geschehen eine wichtige Rolle spielen. Er war bisher auf 630 Millionen Euro geschätzt worden, wird nun aber vom Konzern selbst mit 881 Millionen Euro beziffert, davon 31,3 Millionen für den 50-Prozent-Anteil am europäischen Geschäft (die andere Hälfte besaß *Springer* schon). Der Umsatz von *Politico* belief sich 2021 auf 171,2 Millionen Euro, das Ebitda auf 5,5 Millionen Euro. Dafür war ein derart hoher Kaufpreis eigentlich nicht angemessen. Er ist dadurch zu erklären, dass *Springer* unbedingt ganz vorne im globalen digitalen Nachrichtengeschäft mitspielen will. Nach der gescheiterten Übernahme der „Financial Times“ 2015 war das die vielleicht letzte Chance hierzu.

*Politico muss stark wachsen, um den Kaufpreis zu refinanzieren. Deshalb wird in Deutschland Personal abgebaut, obwohl die Geschäfte glänzend laufen.*

Das Vorhaben kann aber nur funktionieren, wenn *Politico* in den kommenden Jahren sehr schnell wächst und dadurch seinen Unternehmenswert steigert. Das Magazin „Kress Pro“ (April 2023) zitiert M&A-Experten, die von jährlich mindestens 30 Prozent, besser 50 Prozent sprechen. Sonst werde es schwer, das Investment je zurückzuerwerben. Und darauf werden die Finanzinvestoren bestehen. Eines sollte dabei klar sein: *Springers* künftiges Mediengeschäft wird global ausgerichtet, mit dem Schwerpunkt in



den USA. Den Kern des Verlags werden die Marken *Politico* und *Business Insider* bilden. Die heimische Bild-/Welt-Gruppe sei, bezogen auf den Kapitalmarkt, nur noch eine schrumpfende und zu vernachlässigende Größe. Diese Einschätzung stand in einer Analyse des „Manager Magazins“ (Februar 2023) zu lesen. Deshalb ist es mehr als nur eine Randnotiz, dass *Springer* eine zweite Konzernzentrale in New York schaffen wird.

*Die Bild-/Welt-Gruppe spielt strategisch nur noch eine Nebenrolle.*

Die internationale Orientierung wird auch dafür sorgen, dass der neueste Eklat (Mitte April 2023) über Mathias Döpfners schriftliche Entgleisungen keine Auswirkungen auf seine Stellung als Springer-Chef haben dürfte. Der Einzige, der ihn aus dem Amt befördern könnte, ist der Europachef von *KKR*, Philipp Freise. Den interessiert aber nicht, ob Döpfner hierzulande mit seiner Meinung über Ostdeutsche, Muslime oder den Klimawandel für Empörung sorgt. Das juckt in den USA niemanden. Nur ein erneuter Skandal um vergiftete Unternehmenskultur oder sexuelle Übergriffe wäre gefährlich, denn das käme jenseits des Atlantiks schlecht an und könnte die dortigen Expansionspläne stören. Dann würde der Spaß aufhören. Deshalb war es 2021 mit Julian Reichelt als „Bild“-Chefredakteur rasch vorbei.

Der hohe Verwertungsdruck widerspiegelt sich auch in den Vorgaben des Managements für die „Medienmarken“ hierzulande. Döpfner hat im Februar 2023 nicht nur Stellenabbau angekündigt. Er verlangte auch, dass in den kommenden zwei Jahren der Ebitda-Profit (nicht der Umsatz!) im deutschen Mediengeschäft um 100 Millionen Euro steigen müsse. Vor dem Hintergrund glänzender Geschäftszahlen war ein derartiges Ansinnen dreist. Aber wenn extreme Renditeziele als Folge globaler Investments erreicht werden müssen, wäre es plausibel.

*Stellenabbau und Profitsteigerung*

Dazu passt es, dass die *Springer*-Druckerei in Ahrensburg bei Hamburg mit rund 100 Beschäftigten bis zum Sommer 2024 dichtgemacht werden soll. Man will da wohl nicht hinter *Bertelsmann* zurückstehen, wo das gleiche erfolgt. Auch Einsparungen beim Zustellservice zeugen von Einfallsreichtum: Ab Mitte 2023 werden „Bild am Sonntag“ und „Welt am Sonntag“ nicht mehr per Träger zugestellt, sondern müssen in Kiosken und Läden abgeholt werden. Auflagenverluste nimmt man in Kauf.

*Auch Springer schließt seine Druckerei in Ahrensburg.*

Womöglich spielt der hohe Renditedruck auch eine Rolle bei den hektischen Personalveränderungen an der Spitze der deutschen „Medienmarken“. Im November 2022 war die neue Vorstandsfrau Ulrike Handel (für News Media zuständig) nach nur einem halben Jahr wieder entlassen worden. Dem vorausgegangen war der Abschied ihrer Kollegin Stephanie Caspar und, kurz danach, des Vermarktungschefs Carsten Schwecke. Mitte März 2023 dann der nächste Knall: Die „Bild“-Chefredaktion, bestehend aus Johannes Boje, Alexandra Würzbach und Claus Strunz, wurde fristlos gefeuert. Stattdessen kamen Marion Horn und Robert Schneider von außen auf die Posten.

*Hektische Personalwechsel bei „News Media National“*

*Axel Springer* muss seit seinem Abschied von der Börse 2020 keine zeitnahen Geschäftszahlen mehr veröffentlichen. Allerdings erscheinen im *Bundesanzeiger* Berichte mit Verzögerung. Dort zeigt sich für 2021 eine sehr positive Entwicklung. Der Umsatz ist um 15,8 Prozent auf 3,4 Milliarden Euro gewachsen, der journalistische Bereich („News Media“) stellt knapp 56 Prozent des Konzernumsatzes, davon 35 Prozent im Inland. Das Ebitda ist um 12,6 Prozent gewachsen, der Nettoprofit (Konzernüberschuss) hat sich mehr als verdoppelt. Auch das Geschäftsjahr 2022 verlief nach den Worten Döpfners „außergewöhnlich erfolgreich“, er sei „sehr zufrieden“. Der Konzernumsatz sei auf 3,9 Milliarden Euro gestiegen, das Ebitda habe bei 750 Millionen gelegen.

*Geschäftszahlen für 2021: sehr positiv. 2022: „außergewöhnlich erfolgreich“*

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

	2020	2021	+/- %
<b>Konzernumsatz</b>	<b>2.917,6</b>	<b>3.379,2</b>	<b>+ 15,8</b>
- Classifieds Media	1.063,1	1.313,2	+ 23,5
- Aviv (Immobilien)	506,4	509,9	+ 0,7
- Stepstone (Stellen)	556,8	812,0	+45,8
- News Media	1.702,9	1.880,4	+ 10,4
- Umsatz national	1.184,9	1.180,5	- 0,4
- Umsatz international	517,9	699,9	+ 35,1
- Marketing Media	146,3	177,2	+ 21,1
- Service/Holding	5,2	7,7	+ 48,1
<b>Werbeerlöse</b>	<b>2.043,4</b>	<b>2.453,6</b>	<b>+ 20,1</b>
- Classifieds Media	1.010,8	1.253,5	+ 24,0
- News Media	905,3	1.053,5	+ 16,4
- Marketing Media	127,3	145,5	+ 14,3
- Service/Holding	0,0	1,1	-
<b>Vertriebs Erlöse (News Media)</b>	<b>521,4</b>	<b>525,8</b>	<b>+ 0,8</b>
Bereinigtes EBITDA	633,3	712,9	+ 12,6
Konzernüberschuss	208,2	439,2	> 100
Nettofinanzschulden	1.807,0	2.424,2	+ 34,2
Beschäftigte (Jahresdurchschnitt)	16.213	16.835	+ 3,8
- Classifieds Media	5.301	5.425	+ 2,3
- News Media	9.333	9.758	+ 4,6
- Marketing Media	1.007	1.157	+ 14,9
- Service/Holding	572	495	- 13,5

Quelle: AxelSpringer SE Konzernabschluss 2021; Bundesanzeiger, 27. 12. 2022, S. 11, 52 f.; eigene Zusammenstellung

Der Konzern ist in hohem Maße von Werbeerlösen abhängig, knapp 73 Prozent des Umsatzes stammen aus dieser Quelle. Der Anteil wächst, im Jahr zuvor waren es nur 70 Prozent. Das liegt daran, dass die Kleinanzeigen („Classifieds“) komplett werbefinanziert sind. Vertriebs Erlöse nimmt *Springer* nur aus dem Journalismus („News Media“) ein.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Turbulenzen sollte das kleinere Geschehen nicht unerwähnt bleiben.

- Der mit vielen Hoffnungen gestartete Fernsehsender „Bild TV“ musste wegen mangelnder Kundenresonanz Ende 2022 sein Programm stark eindampfen. Die täglichen mehrstündigen Livestrecken entfielen. Dafür wird der Sender nun stärker auf Sportübertragungen ausgerichtet. *Springer* hat zusammen mit dem Ex-DFL-Boss Christian Seifert einen neuen Sport-Streaming-Dienst aufgebaut. Der soll ab August 2023 unter dem Namen „Dyn“ an den Start gehen. „Bild TV“ soll davon profitieren.
- In diesem Zusammenhang ist die Übernahme der Fußball-App „Toralarm“ im März 2023 zu sehen. Sie bietet allerlei Informationen zu nationalen und internationalen Fußball-Wettbewerben an und ist besonders für ihre „Push-Nachrichten“ bekannt.

„Bild TV“ mit neuem Schwerpunkt

Der harte Sparkurs trotz glänzender Geschäftsentwicklung betrifft übrigens nicht die Vorstandsebene. Dort war man wie gewohnt großzügig. Laut „Bundesanzeiger“ hat das vierköpfige Gremium 2021 zusammen 19,9 Millionen Euro kassiert, davon 11,5 Millionen feste Bezüge. Desweiteren hat es im Rahmen von Aktienoptionsprogrammen 100 Millio-

nen Euro für „ausgewählte Mitarbeiter“ gegeben. Laut „Kress Pro“ (2/23) hat davon Mathias Döpfner 40 Millionen kassiert, Andreas Wiele (damals *Springer*-Vorstand, heute AR-Vorsitzender bei *P7S1*) 16,4 Millionen, die beiden anderen Vorstände Jan Bayer und Julian Deutz etwa die gleiche Summe. Für zwei bis drei Dutzend Spitzenmanager unterhalb der Vorstandsebene gab es zusammen 11,2 Millionen Euro.

*20 Millionen Euro für den Springer-Vorstand*

Bei Mathias Döpfer persönlich kommen die Dividenden aus seinem 21,9-Prozent-Aktienanteil dazu. *Springer* hat rund 108 Millionen Aktien ausgegeben, Döpfners Anteil macht 23,6 Millionen aus. Bei einer Dividende von 2,10 Euro pro Stück sind das zusätzliche 50 Millionen Euro für den Herrn.

Um seine Führungskräfte weiterhin bei Laune zu halten, hat *Springer* ein neues Bonusprogramm für die Zeit nach 2021 aufgelegt. Dafür sind 41,7 Millionen Euro in der Bilanz zurückgestellt worden. Ein ebenfalls angekündigtes Modell zur Mitarbeiterbeteiligung wurde dürftiger ausgestaltet und erwies sich als wenig attraktiv. Das „Virtual Employee Program“ (VEB) von 2021 gewährte den Teilnehmenden „Virtual Shares“, für die sie ein Eigeninvestment erbringen mussten. „Dieses wird durch zukünftige Arbeitsleistung, für die die Teilnehmenden einen Gehaltsverzicht erklären, erbracht“, heißt es im „Bundesanzeiger“. Man konnte zwischen 100 und 2.000 Euro brutto pro Monat (begrenzt auf höchstens 20 Prozent der Monatsgrundvergütung) investieren. Das Ergebnis war erwartbar: *Springer* musste bis Ende 2021 für Verpflichtungen aus dem VEB lediglich 1,4 Millionen Euro zurückstellen, einschließlich der geleisteten Eigeninvestments. (Informationen aus „Kress pro“ 2/23).

*Neues Bonusprogramm für den Vorstand*

*Für die „Mitarbeiter“ gibt's nur wenig.*

## Hubert Burda Media KG

Auch beim *Burda*-Verlag mit Sitz in Offenburg und München ist man auf die Idee gekommen, das Angebot an Zeitschriften auszudünnen. Vorstandschef Philipp Welte hatte sich Ende Februar 2023 über das Vorgehen *Bertelsmanns* bei *Gruner+Jahr* sehr abfällig geäußert. Zwar gehöre auch die Einstellung von Magazinen zum Geschäft, was man aktuell bei G+J sehe, sei jedoch ein „Kahlschlag, den es so noch nie gegeben hat“. Welte sprach auch von einer „morbiden Finsternis“, die den Hamburger Verlag umgebe. Knapp fünf Wochen später stellte *Burda* sieben Magazine ein, weil sie angeblich nicht mehr schaftlich zu betreiben seien.

*Auch bei Burda wird abgebaut.*

Der Vorgang ist vom Ausmaß und von der Prominenz der Titel her nicht mit dem „Fall“ G+J vergleichbar. Sieben Zeitschriften zwischen „Villa“ und „Wohnen & Garten – Hund im Glück“ werden eingestellt (wobei die schon vorher liquidierten „Bunte – Genuss & Stil“ und „For Our Planet“ nicht mitgezählt sind). Große Teile der „Focus“-Redaktion sollen zudem wieder nach München ziehen, nachdem sie 2016 aus München nach Berlin gehen mussten. Es werden mindestens 40 Beschäftigte an unterschiedlichen Standorten betroffen sein. Für sie will man die üblichen „sozialverträglichen Lösungen“ suchen.

*Mindestens 40 Betroffene*

Zum 1. Mai 2023 sollte außerdem die Grafik-Abteilung der „Bunten“ entlassen werden. Die Agentur *Storyboard* sollte künftig ihre Arbeiten erledigen. Unter den 14 Betroffenen sind zwei Frauen in Elternzeit, die nicht entlassen werden können. Um diese Schutzregel zu umgehen, hatte *Burda* eine „Aufhebung des Kündigungsschutzes“ beim Gewerbeaufsichtsamt beantragt. Anfang April 2023 wurde die Maßnahme teilweise zurückgestellt. Aber nicht aus Rücksicht auf die Beschäftigten, sondern weil im Mai 2023 in England ein neuer König gekrönt wird. Da will man wohl kein Risiko durch ungeübtes Personal eingehen.

*Burda wollte den Kündigungsschutz für Schwanagere umgehen.*

## Heinrich Bauer Verlag KG

Das Hamburger Zeitschriftenhaus gehört traditionell zu den verschwiegensten Adressen in der deutschen Medienbranche. Es bietet hierzulande 47 Zeitschriften (davon 40 IVW-gemeldet) an, von „Adel Exklusiv“ bis „Wunderweib“, und ist der auflagenstärkste Verlag. Bei Wochen- und Zweiwochentiteln deckte er 2022 mit sechs Millionen rund 30 Prozent der gesamten verkauften Auflage ab, bei allen Zeitschriften (soweit sie IVW-zertifiziert sind) lag sein Anteil knapp unter 20 Prozent. Auch im Radiogeschäft gehört *Bauer* zu den größten Anbietern, allerdings nur im Ausland (Großbritannien, Skandinavien). In GB ist er auch mit zahlreichen Zeitschriften vertreten.

*Spärliche Geschäftszahlen von Bauer*

Der *Bauer*-Konzern ist bei seinen Veröffentlichungen im „Bundesanzeiger“ sehr knauserig. Zum Profit gibt es keine Aussage. Bei der Publikation zum Geschäftsjahr 2021 ist die Strukturierung der Umsatzzahlen verändert worden. Deshalb ist ein Vergleich mit den Zahlen von 2019 nur zum Teil möglich.

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

	2019	2020	2021	21/20 (%)
Konzernumsatz	2.234	2.077	2.202	+ 6,0
- Vertrieb	.	1.068	1.014	- 5,1
- Werbung	.	188	240	+17,8
- Radio	472	454	598	+ 31,7
- Digital	237	217	178	- 18,0
- Druck	.	52	51	- 1,9
- Sonstiges Verlagsgeschäft	.	98	120	+ 22,4
Beschäftigte	10.585	13.226	13.397	+ 1,3
darunter in Deutschland	2.934	6.085	6.532	+ 7,4

Quelle: *Bundesanzeiger*, 14. 3. 2022 und 29. 3. 2023

Mit 2,2 Milliarden Euro Konzernumsatz ist *Bauer* die Nummer fünf in der Rangliste der deutschen Medienkonzerne. Das Wachstum vom sechs Prozent kann sich sehen lassen. Die Belegschaft in Deutschland hat sich sogar noch stärker vergrößert. Auffällig ist der nach wie vor kleine Digitalbereich, der 2021 sogar geschrumpft ist. Die Werbeerlöse steuern nur knapp elf Prozent zum Konzernumsatz bei.

*Sechs Prozent Umsatzwachstum 2021*

## Funke-Mediengruppe GmbH & Co. KGaA

Auch die Essener *Funke-Gruppe*, ein weiterer großer deutscher Pressekonzern, hat Geschäftszahlen für 2021 genannt. Der Umsatz ist um zwei Prozent gesunken, am stärksten bei den Tages- und Anzeigenzeitungen. Die elektronischen Medien wachsen immerhin und steuern zehn Prozent zum Gesamtumsatz bei. Das Ebitda hat deutlich zugenommen, beim Nettoergebnis ist allerdings aus einem Gewinn im Vorjahr ein Verlust von elf Millionen Euro geworden. Über die Ursachen wird im dazu veröffentlichten Text nichts geschrieben.

*Funke hat 2021 zwei Prozent weniger umgesetzt.*

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

	2019	2020	2021	21/20 %)
Umsatz gesamt	1.210	1.143	1.120	- 2,0
davon				
- Tageszeitg./Anzeigenblätter	660	604	582	- 3,6
- Zeitschriften	355	342	336	- 1,8
- Druckerei	15	11	-	-
- Elektronische Medien	95	101	112	+ 10,9
- Sonstige	85	85	101	+ 18,8
EBITDA	158	178	210	+ 18,0
Konzernergebnis	- 5,0	21,6	- 11,3	-
Beschäftigte ohne Zustellung	5.983	5.562	5.498	- 1,2

Quelle: Bundesanzeiger, 11. 12. 2020 und 16. 11. 2021 und 23. 11. 2022

Die *Funke-Gruppe* ist ein fast rein deutsches Unternehmen. Nur in Österreich gibt es noch (problembehaftete) Beteiligungen an Pressemedien („Kronen Zeitung“, Kurier-Verlag). In Deutschland ist der Konzern mit 28 IVW-gemeldeten Magazinen und 4,6 Millionen Auflage vertreten, dazu kamen 15 nicht gemeldete Titel. Anders als *Bauer* und *Burda* gehört er auch auf dem Zeitungsmarkt zur Spitzengruppe. Haupttitel ist die „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“, aber auch in Thüringen, Hamburg und Berlin ist *Funke* vertreten. Rund acht Prozent der deutschen Auflage bei Regionalzeitungen kommen aus dem Hause *Funke*, auf diesem Segment sind die Essener die Nummer zwei.

*Funke ist bei Zeitungen und Zeitschriften stark.*

Massenentlassungen hat der Konzern bislang nicht angekündigt. Die Verlegerin Julia Becker hat das Vorgehen bei *Gruner+Jahr* sogar öffentlich kritisiert. Aber bei den mehr als 25 Anzeigenblättern in NRW gibt es auch Abbau. Im Februar 2023 wurden die regionalen Redaktionsstellen abgeschafft, seither gibt es für alle nur noch eine Zentralredaktion. Zehn von 18 Beschäftigten wurden entlassen. Die Zentralredaktion erstellt auch keine Inhalte mehr, sondern sucht sich Material aus Funkes Tageszeitungen zusammen.

*Harte Einschnitte bei den Anzeigenblättern in NRW*

Mit der Produktion solcher „Zombie-Zeitungen“ hat *Funke* Erfahrung: Seit 2013 wird in Dortmund die „Westfälische Rundschau“ ohne eigene Redaktion zusammengestellt und vertrieben. Die damalige Belegschaft wurde entlassen, das Blatt wird seither mit Material aus anderen Zeitungen gefüllt. Angeblich arbeitet es profitabel. Es ist erstaunlich, dass das „Modell“ noch keine Nachahmer in anderen Zeitungskonzernen gefunden hat.

**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