

Ausverkauf bei DuMont

Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft Januar bis März 2019 Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

18. April 2019

Das *Institut für Medien- und Kommunikationspolitik* hat eine neue Rangliste der internationalen Medienkonzerne veröffentlicht. Sie verdeutlicht einmal mehr die Übermacht der US-Unternehmen. Elf der 15 umsatzstärksten Konzerne unterhalten ihren Sitz dort. Digitalkonzerne wie *Alphabet*, *Facebook*, *Amazon* und *Apple* haben sich einen festen Platz in der Spitzengruppe verschafft.

Die 15 größten Medienkonzerne der Erde

	Land	Umsatz (Mrd. Euro)		
		2014	2016	2017
1. AT&T	USA	24,3	59,4	169,8
2. Alphabet (Google)	USA	49,7	82,0	98,1
3. Comcast	USA	51,8	72,6	74,8
4. Walt Disney	USA	35,3	50,3	48,8
5. Charter Comm.	USA	6,9	26,2	36,8
6. Facebook	USA	.	25,0	36,0
7. News Corp.	USA	30,4	32,2	32,4
8. Tencent	VRC	9,6	20,7	31,2
9. Sony Entertainment	J	17,8	25,9	30,0
10. Amazon	USA	.	21,9	27,7
11. Apple	USA	13,6	22,0	26,5
12. Viacom	USA	20,8	23,2	23,9
13. Altice Group	NL	.	23,5	23,5
14. Cox Enterprises	USA	12,0	18,2	.
15. Bertelsmann	D	16,7	17,0	17,2
29. ARD	D	6,3	6,6	.
49 ProSiebenSat.1	D	2,9	3,8	4,1

Quelle: *Institut für Medien- und Kommunikationspolitik*

Internet: <https://www.jahrbuch-fernsehen.de/jahrbuch/die-50-groessten-medien-und-wissenskonzerne-der-welt-2018.html>

Der frühere Telekom-Konzern *AT&T* hat sich durch die Übernahme von *Time Warner* (Kaufpreis 73 Milliarden Euro) an die Spitze der globalen Medienunternehmen gesetzt. Mit dem Deal waren u. a. die Übernahme der Filmstudios *Warner Bros.*, der TV-Kanäle *CNN* und *HBO* sowie der Internatplattform *AOL* verbunden. Auf Platz zwei folgt der *Google*-Mutterkonzern *Alphabet*. Im vergangenen Jahr hat es in der US-Medienwirtschaft weitere Großdeals gegeben.

Comcast hat die europäische Bezahlfernsehgruppe Sky für 33 Milliarden Euro gekauft. Disney wiederum hat für 63 Milliarden Euro das Film- und Fernsehgeschäft von 21st Century Fox erworben. Die Rangliste 2018 wird deutlich anders aussehen als die vorliegende.

Die Zentralisation des Kapitals an der Spitze der globalen Medienwirtschaft geht weiter.

Bertelsmann SE & Co. KGaA

Die Geschäfte des größten deutschen Medienkonzerns sind im vergangenen Jahr passabel verlaufen: Der Umsatz ist um 2,8 Prozent angewachsen, organisch, d. h. bereinigt um Sondereffekte, waren es 2,7 Prozent. Die „Digitalaktivitäten“ haben organisch um zehn Prozent zugelegt und machen 49 Prozent der Gesamterlöse aus. Das belege, „wie weit wir mit der Transformation des Konzerns inzwischen vorangekommen sind“, freute sich der Vorstandsvorsitzende Thomas Rabe.

Umsatz und EBITDA sind bei Bertelsmann gestiegen.

Der Profit vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) war allerdings um 1,9 Prozent niedriger. Das habe an Sondereffekten (Immobilienverkäufen) 2017 gelegen; bereinigt sei das EBITDA um 4,5 Prozent gestiegen. Der Nettoprofit (Konzerngewinn) ist 8,5 Prozent kleiner geworden. Dafür werden „negative Sondereinflüsse“ verantwortlich gemacht. Ein Drittel der Erlöse kamen aus Deutschland, 13 Prozent aus Frankreich, 26 Prozent aus dem übrigen Europa, 22 Prozent aus den USA. Weitere bevorzugte Investitionsschwerpunkte sind China, Indien und Brasilien.

Wegen „negativer Sondereffekte“ ist der Nettoprofit gesunken.

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

	2016	2017	2018	18/17 (%)
Umsatz	16.950	17.190	17.673	+ 2,8
RTL-Group	6.237	6.373	6.505	+ 2,1
Arvato	3.763	3.823	4.100	+ 7,3
Penguin Random House	3.361	3.359	3.424	+ 1,9
Gruener+Jahr	1.580	1.513	1.440	- 4,8
Printing Group	1.709	1.681	1.639	- 2,5
BMG (Musik)	416	507	545	+ 7,5
Education Group	142	189	258	+ 36,5
Investments	-	-	12	-
Corporate / Konsolidierung	- 258	- 255	- 250	-
EBITDA (operational)	2.568	2.636	2.586	- 1,9
RTL-Group	1.405	1.478	1.402	- 5,1
Arvato	356	320	377	+ 17,8
Penguin Random House	537	521	528	+ 1,3
Gruener+Jahr	137	145	140	- 3,5
Printing Group	121	118	85	- 28,0
BMG (Musik)	95	104	122	+ 17,3
Education Group	- 17	3	37	> 100
Investments	-	-3	- 3	-
Corporate / Konsolidierung	- 66	- 50	- 102	-
Konzerngewinn	1.136	1.205	1.103	- 8,5
Investitionen ¹⁾	1.262	1.117	1.461	+ 30,8
Nettofinanzschulden	2.625	3.479	3.932	+ 13,0
Beschäftigte (Jahresende)	116.434	119.089	117.220	- 1,6

¹⁾ inkl. übernommener Finanzschulden

Quelle: Bertelsmann-Pressemitteilung, 28. 3. 2018 und 26. 3. 2019; Geschäftsbericht 2018, S. 8, 14,

Die *RTL Group* ist nach wie vor der stärkste Umsatzbringer, allerdings hat die Dynamik nachgelassen. Die Erlöse wuchsen zwar um 2,1 Prozent, das EBITDA ging aber um 5,1 Prozent zurück. Erstmals seit vielen Jahren hat *RTL Deutschland* das Geschäft nicht beflügelt, sondern gebremst; der Umsatz war hierzulande um 2,8 Prozent rückläufig, auch das EBITDA nahm ab. Das stärkste Wachstum gab es in Holland und Frankreich sowie bei der Produktionstochter *Fremantle*.

RTL Deutschland schwächelt.

Die zweitgrößte Sparte, der Dienstleistungskonzern *Arvato*, hat den Umsatz um 7,2 Prozent und das EBITDA sogar um 17,8 Prozent steigern können. Auch der internationale Buchkonzern *Penguin Random House* (Bertelsmann hält 75 Prozent) hat die Erlöse um 1,3 Prozent erhöht. Die deutsche *Verlagsgruppe Random House*, die organisatorisch selbständig geführt wird, hat sich noch besser entwickelt, weshalb im Buchgeschäft insgesamt 1,9 Prozent mehr umgesetzt worden ist als 2017. Das EBITDA lag um 1,3 Prozent über dem Vorjahreswert.

Anders bei der Preetochter *Gruner+Jahr*: Hier gingen der Umsatz um 4,8 Prozent und das EBITDA um 3,5 Prozent zurück. Die Ursache lag im Ausland, denn das inländische Geschäft hat bei beiden Kennziffern zugelegt. Die Verluste bei Printanzeigen und im Vertrieb konnten durch Digitalwachstum, Lizenzgeschäfte und neue Magazine aufgefangen werden.

Bertelsmann hat im ersten Quartal 2019 ein Feuerwerk an Übernahmen und Beteiligungen abgebrannt. Im Teil 3 dieses Berichts finden sich neun solcher Transaktionen. Herausragend war die Übernahme der Fernsehaktivitäten von der französischen *Groupe Lagardère*. Zusätzlich hat *Bertelsmann* drei Beteiligungen verkauft.

Zahlreiche Übernahmen und Beteiligungen im ersten Quartal 2019

Mit zwei Joint Ventures will man in Gütersloh Geschäftsfelder ausbauen:

- *Arvato* hat zusammen mit der marokkanischen *Saham Group*, der *Phone Group*, *ECCO Outsourcing* und *Pioneers* das Unternehmen *Majorel* mit Sitz in Luxemburg gegründet. CEO ist der Bertelsmann-Manager Thomas Mackenbrock. *Majorel* will auf dem Gebiet des „Customer Experience Managements“ (umfassende Kundenbindung) eine weltweit führende Position erreichen. Das Unternehmen ist derzeit mit 48.000 Beschäftigten in 28 Ländern vertreten. Das Vorhaben war schon im Herbst 2018 angekündigt worden, wurde aber erst jetzt verwirklicht.
- Zusammen mit dem *Bauer*-Verlagskonzern hat *Gruner+Jahr* die Vertriebsfirma *DMV Der Medienvertrieb* gegründet. Darin werden die Tätigkeiten im Einzelvertrieb für Verlagskunden zusammengeführt. Abonnementverwaltung und Digitalvertrieb werden nicht eingebracht. Neben den Magazinen der beiden Verlagshäuser werden z. B. auch der „Spiegel“ und die „Zeit“ betreut.

Ende Januar 2019 hat *Bertelsmann* in Deutschland eine „Content Alliance“ gestartet. Ziel ist eine „Zusammenarbeit aller Inhaltegeschäfte“, insbesondere zwischen der *Mediengruppe RTL*, *RTL Radio*, *UFA* (Filmproduktion), *Random House*, *Gruner+Jahr* und *BMG*. Man will bereichsübergreifend gemeinsame Formate entwickeln und vermarkten. *RTL* und *G+J* haben zusätzlich eine „strategische Zusammenarbeit“ vereinbart und dazu übergreifende Strukturen geschaffen. Das Vorhaben erinnert an den „integrierten Medienkonzern“. Dieses Konzept war in den Neunzigerjahren von Konzernführern und in den Fachmedien als Strategie der Zukunft gepriesen worden, scheiterte aber an inneren und äußeren Widrigkeiten. Die Abstimmung der Sparten untereinander gelang nur selten, oft fehlte die Erfahrung, um auf allen Geschäftsfeldern erfolgreich zu sein. Ob es diesmal besser laufen wird, muss sich zeigen.

Bertelsmann will eine „Content Alliance“ schaffen.

Kommt der „integrierte Medienkonzern“ zurück?

Mitte April 2019 hat die Bertelsmann-Zentrale bekannt gegeben, dass sie bis Ende 2020 die Prinovis-Druckerei in Nürnberg schließen will. Davon werden rund 670 fest Beschäftigte sowie 250 Zeit- und Leiharbeiter direkt betroffen sein, viele weitere in Subunternehmen und Zulieferern indirekt. Als Gründe werden Verluste angeführt, die im Tiefdruck entstanden seien.

Bertelsmann
schließt seine
Nürnberger Druckerei.

ProSiebenSat.1 Media Group SE

Auch beim Münchner Unterhaltungskonzern werden Konzepte ausprobiert, mit denen man Bereiche stärker verbinden will. In diesem Fall geht es um die Fernsehsender und den elektronischen Handel. Als Vorbilder werden *Amazon* und der chinesische Digitalkonzern *Alibaba* genannt, als gemeinsamer Nenner gelten die Nutzerdaten. Je digitaler das Fernsehen werde, desto mehr Verknüpfungspunkte entstünden, meinte P7S1-Finanzchef Jan Kemper im Februar 2019. Mit anderen Worten: Wer „Pro Sieben“ auf einem online angebandenen Fernseher sieht oder Videos über „Maxdome“ konsumiert, dessen Nutzerdaten werden z. B. für die Kuppelplattform „eHarmony“ ausgewertet.

P7S1 will die
Daten seiner
Nutzer besser
ausnutzen.

Das Geschäftsjahr 2018 ist für *ProSiebenSat.1* schwach verlaufen. Die Umsätze haben zwei Prozent niedriger als im Vorjahr gelegen. Dafür waren Verkäufe von Tochterfirmen (Touristik) und Ausgliederungen (Maxdome) verantwortlich. Bereinigt sei der Umsatz um ein Prozent gestiegen, heißt es. Schwerer wiegt die Halbierung des EBITDA (bereinigt minus vier Prozent) und der Rückgang um zwei Prozent beim Nettoprofit.

P7S1 hat ein
schwaches
Geschäftsjahr
hinter sich.

Wirtschaftszahlen der ProSiebenSat.1 Media SE (Millionen Euro)

	2016	2017	2018	18/17 (%)
Außenumsatz	3.799	4.078	4.009	- 2
- Entertainment	.	2.737	2.626	- 4
- Content Prod. & Global Sales	.	523	552	+ 6
- Commerce	.	818	831	+ 2
EBITDA	982	1.084	570	- 47
Bereinigtes EBITDA	1.018	1.050	1.013	- 4
- Entertainment	.	898	881	- 2
- Content Prod. & Global Sales	.	19	31	+ 66
- Commerce	.	135	103	- 24
Bereinigter Konzernüberschuss	536	550	541	- 2
Operative Kosten	2.804	3.053	3.027	- 1
Nettofinanzschulden (31.12.)	1.913	1.632	2.163	+ 32,5

Quelle: Pressemitteilungen der ProSiebenSat.1 Media SE, 22. 2. 2018 und 7. 3. 2019

Den Schwachpunkt bildete 2018 das Fernsehgeschäft („Entertainment“), das immer noch zwei Drittel des Konzernumsatzes ausmacht. Hier hat P7S1 Marktanteile verloren. Bemerkenswert ist es auch, dass die Nettofinanzschulden wieder deutlich angestiegen sind und mehr als die Hälfte des Konzernumsatzes ausmachen. Für die nahe Zukunft ist der neue Vorstandsvorsitzende Max Conze optimistisch, der Start ins neue Jahr habe erste Erfolge bei der „essentiellen Transformation zu einem digitalen, diversifizierten Entertainment- und Commerce-Champion“ gezeigt.

Beim Fernsehen
sind Marktanteile
verloren worden.

Für Zukäufe von Unternehmen scheint Geld vorhanden zu sein. Im ersten Quartal 2019 sind zwei solcher Aktionen bekannt geworden:

- Im Januar ist die Beteiligung an *Aroundhome*, einem Online-Vermittler für Produkte und Dienste rund ums Haus, von 42 auf 94 Prozent erhöht worden. Der bisherige Anteilseigner, der Finanzinvestor *General Atlantic*, hat dafür seine Beteiligung an der *Nucom Group* von 25,1 auf 28,4 Prozent erhöht. In *NuCom* sind die E-Commerce-Beteiligungen von *P7S1* zusammengefasst.
- Im März hat der Investmentarm *Seven Ventures* 14 Prozent des Berliner Online-Autoversicherers *Friday* gekauft. Statt Geld erhält das Start-up Werbezeiten auf den Sendern von *P7S1*.

Zukäufe im ersten Quartal 2019

Aus dem Geschäft mit „Digital-Out-of-Home-Media“ muss sich *P7S1* zurückziehen. Die 2016 gegründete Tochterfirma *7Screen*, die Bildschirmwerbung in Tankstellen, Flughäfen, Kettenrestaurants usw. verkauft hat, wird abgewickelt. Den 20 Beschäftigten werden „neue Aufgaben“ im Konzern angeboten, hieß es Anfang März 2019. Der Grund für den Rückzug war der Verlust eines Großauftrags.

Rückzug von „Out-of-Home-Media“

Axel Springer SE

Für das Jahr 2018 freut sich das *Springer*-Management über positive Geschäftszahlen. Der Umsatz hat um 4,1 Prozent zugelegt, das EBITDA um 14,3 Prozent. Das gilt allerdings nur, wenn die Verkäufe von Unternehmensteilen (vor allem die *Aufeminin*-Gruppe) im vergangenen Jahr herausgerechnet werden. Im Geschäftsbericht für 2017 hatte noch ein Konzernumsatz von 3,6 Milliarden Euro gestanden, jetzt werden für dasselbe Jahr 3,1 Milliarden genannt. Gegenüber der ursprünglichen Zahl ist der Umsatz 2018 um 10,7 Prozent gesunken.

Das Geschäftsjahr 2018 ist gut gelaufen.

Gleichwohl: Die Geschäfte sind gut gelaufen. Das EBITDA ist auch organisch, d. h. bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte, noch um 8,5 Prozent gewachsen. Der Umsatz mit digitalen Aktivitäten ist organisch um 9,6 Prozent auf 2,2 Milliarden Euro angestiegen, ihr Anteil am Konzernumsatz hat zuletzt 70,6 Prozent ausgemacht. Am bereinigten EBITDA waren die digitalen Geschäfte sogar mit 84,3 Prozent beteiligt.

Das umsatzstärkste Segment waren weiterhin die „News Media“, in denen die journalistischen Aktivitäten zusammengefasst werden. Der Bereich war beim Umsatz leicht rückläufig, das EBITDA hat um 4,3 Prozent zugenommen, ist bereinigt aber um 3,5 Prozent gesunken. Mitte März 2019 teilte *Springer* mit, dass bei der gedruckten „Welt“ künftig nur noch Exemplare im Abonnement und in Einzelverkauf angeboten werden. Bordexemplare und Sonstige Verkäufe (z. B. in Hotels) werden gestrichen. Eine kurzfristig stärker sinkende Auflage nehme man in Kauf.

Bei der „Welt“ werden Bordexemplare usw. abgeschafft.

Das Segment „Classifieds Media“ umfasst die zahlreichen Rubrikenplattformen (Jobbörsen, Immobilienportale). Das organische Wachstum hat hier beim Umsatz und beim EBITDA 11,4 Prozent betragen. Beim dritten Segment „Marketing Media“ war der starke Rückgang durch Verkäufe bedingt. Organisch ist der Umsatz um 2,1 Prozent gewachsen, das EBITDA ist um 2,5 Prozent geschrumpft.

Wirtschaftszahlen der Axel Springer SE (Millionen Euro)

	2016	2017	2018	18/17 (%)
Umsatz	3.290,2	3.055,5	3.180,7	+ 4,1
- Werbung	2.223,1	2.014,1	2.159,2	+ 7,2
- Vertrieb	646,9	633,0	591,7	- 6,5
- Ausland	1.564,3	1.329,8	1.406,5	+ 5,8
- News Media (Bezahlgeb.)	1.481,6	1.509,8	1.496,2	- 0,9
- Classifieds Media (Rubriken)	879,5	1.007,7	1.212,5	+ 20,3
- Marketing Media (Vermarktung)	856,2	477,3	418,3	- 12,4
- Services/Holding	72,9	60,7	53,7	- 11,5
Betriebsergebnis (EBITDA), bereinigt	595,5	645,8	737,9	+ 14,3
- News Media	214,4	218,8	228,2	+ 4,3
- Classifieds Media	354,6	413,2	487,2	+ 17,9
- Marketing Media	82,2	95,6	89,6	- 6,3
- Services/Holding	- 55,7	- 81,7	- 67,0	-
Überschuss	450,0	378,0	208,4	- 44,9
Überschuss bereinigt	299,9	327,5	335,7	+ 2,5
Investitionen	156,8	200,9	225,3	+ 12,2
Nettoverschuldung/-liquidität	1.035,2	1.020,2	1.249,2	+ 22,5
Beschäftigte (Durchschnitt)	15.323	15.836	16.350	+ 3,3

Quelle: Konzernkennzahlen und Pressemitteilung der Axel Springer SE, 8. 3. 2018 und 7. 3. 2019
Geschäftsbericht 2018, S. 28

Einen Ausflug der besonderen Art will *Springer* im Sommer 2019 wagen. Zusammen mit der *Börse Stuttgart* wird ein noch namenloses Gemeinschaftsunternehmen gegründet, das als Informations- und Handelsplattform für digitale Vermögenswerte und Kryptowährungen (z. B. Bitcoins) fungieren soll. Der Firmensitz soll Stuttgart sein, *Springer* bekommt gemeinsam mit seiner Tochterfirma *Finanzen.net* einen Anteil von 30 Prozent.

Springer will mit Bitcoins handeln.

Funke-Mediengruppe GmbH & Co. KGaA

„Funke 2022“ heißt das Zukunftsprogramm, das sich die Konzernführung von der Agentur *Alix Partners* basteln ließ, das sie im November 2018 angekündigt hatte und im Februar 2019 vorstellte. Damit schaffe man die „Voraussetzungen für weiteres Wachstum“. Die *Funke-Gruppe* wolle so „die Position als führender Publisher von Regional- und Lokalmedien stärken und ausbauen“. Was damit konkret gemeint ist, wurde zeitgleich bekanntgegeben.

„Zukunftsprogramm Funke 2022“: Arbeitsplatzabbau und Sparrunden

Die Druckerei in Essen (120 Arbeitsplätze) wird geschlossen, eine Lokalredaktion (Warstein) aufgelöst, fast alle Geschäftsstellen in NRW dicht gemacht, die Serviceredaktion an die Billigtochter *Raufeld Medien* ausgelagert. Die Bereiche Werbevermarktung, kaufmännische Bereiche und Vertrieb werden „neu aufgestellt“ (was wohl 120 Stellen kosten wird). Die Zahl der Anzeigenblätter will *Funke* bundesweit reduzieren. Bei den Thüringer Zeitungen wurde mit dem Gedanken gespielt, die Printausgaben komplett abzuschaffen. Das scheint vom Tisch zu sein, aber Stellenstreichungen sind auch hier sicher. Alles in allem ist von 350 Arbeitsplätzen die Rede, die dem „Zukunftsprogramm“ zum Opfer fallen werden.

Auch die Publikumszeitschriften bleiben nicht verschont. Die Auflösung der Mantelredaktion beim *TV direkt/Gong-Verlag* in Ismaning ist beschlossene Sache. Vier Beschäftigte werden entlassen, den anderen zehn will man „möglichst“ andere Jobs anbieten.

Ein rüder Umgang mit dem Schicksal der eigenen Belegschaften hat bei der *Funke-Gruppe* Tradition. In den vergangenen Jahren wurden mehrfach Hauruck-Aktionen bekannt, um Kostensenkungen durchzudrücken. Das unrühmlichste Beispiel ist

Im Heft 1/2019 der Zeitschrift „Media Perspektiven“ ist ein Beitrag von Horst Röper unter dem Titel „Printbranche im Wandel am Beispiel des Funke-Konzerns“ erschienen.

https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2019/0119_Roeper_2019-02-07.pdf

sechs Jahre alt: Bei der „Westfälischen Rundschau“ in Dortmund wurde im Februar 2013 die komplette Redaktion mit 120 Beschäftigten entlassen. Seither erscheint die WR als „Zombie-Zeitung“, deren Seiten von unternehmenseigenen, aber auch von bis dahin konkurrierenden Tageszeitungen anderer Verlage bezogen werden.

Die Geschäftszahlen für 2018 liegen noch nicht vor, für 2017 hat die Funke-Gruppe erneut einen Umsatzrückgang gemeldet. Die Enttäuschung darüber findet selbst

Geschäftsjahr 2017: schlechter als vorausgesagt

im Text des Geschäftsberichts ihren Niederschlag: „Für 2017 wurde ein Anstieg des Konzernumsatzes im unteren einstelligen Prozentbereich erwartet. Tatsächlich sank der Umsatz um 3,5 Prozent.“ Bei den Tageszeitungen ebenso wie den Anzeigenblättern war der Rückgang überdurchschnittlich groß. Auch das EBITDA ist deutlich geschrumpft, beim Konzernergebnis war sogar ein Verlust von 10,5 Millionen Euro zu verbuchen. Allerdings hatte es 2016 157 Millionen Euro außerordentliche Erträge aus dem Verkauf von Beteiligungen auf dem Balkan gegeben.

Wirtschaftszahlen der Funke Mediengruppe (in Millionen Euro)

	2015	2016	2017	17/16 (%)
Umsatz gesamt	1.322	1.303	1.258	- 3,5
- darunter Deutschland	1.291	1.290	1.258	- 2,5
Umsatz nach Geschäftsbereichen				
- Tageszeitungen	617	592	554	- 6,4
- Anzeigenblätter	172	171	164	- 4,1
- Zeitschriften	389	381	377	- 1,1
- Druckerei	45	38	25	- 34,2
- Elektronische Medien	39	56	63	+ 12,5
- Sonstige	59	66	76	+ 15,2
EBITDA	196,6	198,7	181,5	- 8,7
Konzernergebnis	- 5,6	150,3	- 10,5	-
Beschäftigte ohne Zusteller	6.604	6.453	6.428	- 0,4

Quelle: Bundesanzeiger, 16. 2. 2018 und 14. 12. 2018

Der Essener Konzern stöhnt unter der Last hoher Schulden aus der Vergangenheit. Die inzwischen abgetretene Konzernchefin Petra Grotkamp hat 2012 für 500 Millionen Euro den anderen Gesellschaftern ihre Anteile abgekauft; 2014 hat man 920 Millionen Euro an den *Springer*-Konzern bezahlt, um dessen Regionalzeitungen, Publikumszeitschriften und Onlineportale zu erwerben. Beide Beträge zusammen übersteigen den Jahresumsatz und belasten die Kostenrechnung auch heute noch. Im Geschäftsbericht werden für 2017 Verbindlichkeiten von 850 Millionen Euro genannt, 2016 waren es noch 968 Millionen Euro gewesen.

Die Schulden aus dem Springer-Deal von 2014 drücken.

Nach dem Verkauf der letzten Beteiligungen in Ungarn 2016 weist der Geschäftsbericht den *Funke*-Konzern als rein deutsches Unternehmen aus. Das trifft allerdings nicht ganz zu, denn in Österreich spielte er seit 1988 – damals noch als *WAZ-Gruppe* – eine bedeutende Rolle auf dem Zeitungs- und Zeitschriftenmarkt. Am führenden Skandalblatt „Kronen-Zeitung“ gehörten ihm 50 Prozent, an der zweitgrößten Abonnementzeitung „Kurier“ 49,4 Prozent, am Zeitschriftenverlag *Mediaprint* indirekt 50 Prozent. Die österreichischen Beteiligungen waren in der *WAZ Ausland Holding* gebündelt. Diese hat *Funke* Ende 2018 zu 50,5 Prozent an die *Signa-Holding* des österreichischen Investors René Benko verkauft, dem in Deutschland die Kaufhausketten *Kaufhof* und *Karstadt* gehören. Inzwischen laufen Gespräche darüber, dass *Funke* auch die restlichen Anteile an Benko verkauft.

Außer in Österreich hat Funke keine Auslandsbeteiligungen mehr. Und auch damit wird wohl bald Schluss sein.

Andere Medienunternehmen

DuMont Mediengruppe GmbH & Co. KG

Von der Nummer sechs auf dem Markt für Tageszeitungen (der Nummer zwei bei den Kaufzeitungen) wird demnächst nicht mehr viel übrig sein: ein Buchverlag, der Bundesanzeiger-Verlag, einige Internetbeteiligungen und Marketing-Aktivitäten. Was mit den Anzeigenblättern geschehen soll, bleibt offen; sie sind üblicherweise an Zeitungsverlage angebunden. Und die wollen die Eigentümer der *DuMont Mediengruppe* (MDS) so schnell wie möglich loswerden (siehe Teil 1 dieses Berichts, S. 3 f.).

Die DuMont-Erben wollen das Kerngeschäft des Konzerns loswerden, die Zeitungen.

Der „Fall“ hat zum Teil spezifische Ursachen. Der Konzern wurde jahrzehntelang bis zu seinem Tod 2015 von Alfred Neven DuMont in elfter Generation beherrscht. Er schwächte mit etlichen verlustreichen Investitionen (am tragischsten die „Frankfurter Rundschau“, bei der MDS allein hundert Millionen Euro verbrannte) die finanzielle Substanz. Das Zerwürfnis mit seinem Sohn Konstantin und die eher widerwillige Übernahme des Erbes durch seine Tochter Isabella taten ein Übriges.

Die Eigentümer bestehen aus 17 Gesellschaftern der Familien Neven DuMont und Schütte bzw. DuMont Schütte. Von deren Überlegungen, das „vergiftete Erbe“ loszuwerden, hatte das „Manager Magazin“ schon im Sommer 2016 berichtet. Die *Funke-Gruppe* wurde damals als der aussichtsreichste Interessent kolportiert. Diese kämpft allerdings mit eigenen finanziellen Lasten (siehe oben) und dürfte von einem Engagement bei einem schlingernden Konzern eher zurückschrecken.

Im Geschäftsjahr 2018 hat MDS den Umsatz um ein Prozent auf 621 Millionen Euro gesteigert (2017: plus vier Prozent). Das bereinigte EBITDA lag mit 74,6 Millionen Euro rund drei Prozent über dem Vorjahreswert (2017: plus 7,5 Prozent). Das Betriebsergebnis, das sich 2017 auf 6,5 Millionen Euro verdoppelt hatte, ist 2018 zu einem Verlust von 16 Millionen Euro geworden. Die Ursache war eine Kartellstrafe in gleicher Höhe. Ohne sie wäre das Geschäftsjahr mit Null abgeschlossen worden.

Geschäftsjahr 2018: Umsatz-plus und Nettoverlust

Ohne die Zeitungen und Anzeigenblätter wird von der *DuMont Mediengruppe* nicht mehr viel übrig bleiben. Da ist zum einen der *Bundesanzeiger Verlag* inklusive der Sparten *Reguvis* Fachmedien und *Validatis* Datenservice sowie die Plattform für Auftragsmanagement *DTAD*. Zum anderen sind die Marketingplattformen *Facelift*, *Cen-share* und *Uplift* zu nennen. Außerdem gehört der *DuMont Buchverlag* zum Konzern, wird aber als eigenständiges Unternehmen geführt. Beteiligungen gibt es u. a. am Ver-

lag *MairDumont* (10 Prozent) und der israelischen Zeitungsgruppe *Haaretz* (20 Prozent). Ob nach dem Ausverkauf ein Unternehmen namens *MDS* weitergeführt wird oder ob die Reste auch noch verramscht werden, ist fast schon zweitrangig. Für die mehr als 3.900 Beschäftigten sind die Aussichten eher trübe. Dass ein führendes Unternehmen quasi durch bedingungslose Kapitulation der Eigentümer verschwindet, ist ein in der deutschen Medienwirtschaft bislang einmaliger Vorgang.

Heinrich Bauer Verlag KG

Der *Bauer*-Konzern ist im ersten Quartal 2019 durch eine Reihe von Akquisitionen, aber auch von Verkäufen und Liquidierungen hervorgetreten. Am auffälligsten war eine Kaufoffensive bei Radiosendern in Großbritannien. Binnen weniger Wochen sind folgende Übernahmen bekannt geworden:

- *Celador Radio*
- *Lincs FM Group*
- *UKRD Group*
- *First Radio Sales*
- *Wireless Group*

Schon vorher war *Bauer* mit 80 Sendern und einem Marktanteil von 34 Prozent der zweitgrößte private Betreiber von Hörfunk in Großbritannien. Beim Digitalradio ist er sogar Marktführer. Diese Position hat der Konzern kurz vor dem Brexit noch kräftig ausgebaut.

Mitte Januar 2019 hat *Bauer* auch eine Beteiligung verkauft. Am Musikkanal „The Box Plus Network“ hatte er 50 Prozent gehalten; die gingen an den bisherigen Mit-eigentümer *Channel 4*.

Ein anderer Investitionsschwerpunkt im Ausland sind für *Bauer* Australien und Neuseeland. Hier hatte der Konzern 2012 für angeblich 400 Millionen Euro den Pressekonzern *ACP* gekauft, der knapp 100 Zeitschriften herausbrachte. Seither sind dort eine Reihe von Titeln wegen mangelnder Rendite liquidiert oder verkauft worden. Das Wirtschaftsmagazin „Money“ war im März 2019 der letzte derartige Fall, die „Cosmopolitan“ hatte im Dezember 2018 das gleiche Schicksal erlitten.

Bauer hat sein Hörfunk-Portfolio im Großbritannien vergrößert.

In Australien wird liquidiert und verkauft.

KKR & Co. Inc.

Die 1988 in New York als *Kohlberg Kravis Roberts & Co.* gegründete Beteiligungsgesellschaft ist seit 1999 in Deutschland aktiv, seit 2006 auch im Mediensektor. Damals hatte sie zusammen mit ihrem „Kollegen“, dem Finanzinvestor *Permira*, den Fernsehkonzern *ProSiebenSat.1* gekauft. Sieben Jahre später gelang ihnen ein Börsengang; das Investment hat einen Profit von rund 1,2 Milliarden Euro eingebracht. An *Bertelsmanns* neu aufgebautem Musikverlag *BMG Rights Management* hatte sich *KKR* 2009 mit 51 Prozent beteiligt; 2013 kaufte ihnen Bertelsmann die Anteile ab, zu welchem Preis ist unbekannt.

Seit Februar 2019 sorgt *KKR* erneut für Aufmerksamkeit. Binnen weniger Wochen kaufte der Investor von Herbert Kloiber dessen Medienkonzern *Tele München Gruppe* (TMG), von Bertelsmanns *RTL Group* den Kinoverleiher *Universum Film*, vom Fernsehmoderator Günther Jauch die Fernsehproduktionsfirma *i&u TV* sowie von Max Wiedemann und Quirin Berg die Filmproduktionsfirma *Wiedemann & Berg Film*.

KKR hat die Tele München Gruppe gekauft.

Die *TMG* gehört zu den Großen der Branche. Sie erzielte 2016 (neuere Zahlen liegen nicht vor) einen Gesamtumsatz von 213 Millionen Euro, davon 130 Millionen mit Fernsehlicenzen, 37 Millionen mit Fernsehwerbung und 28 Millionen mit Heimkino. Sie befand sich bislang im Fast-Alleinbesitz von Herbert Kloiber. Zum Portfolio gehören u. a. der Filmproduzent *Odeon Film*, der Fernsehsender „Tele 5“ und Anteile an „RTL II“. Vor zwei Jahren hat *TMG* die US-Produktionsfirma *Storied Media Group* und die Berliner *Load Studios* gekauft.

TMG gehört zu den Großen der Unterhaltungsbranche.

Universum Film gehörte bis zum Verkauf an *KKR* zur *Mediengruppe RTL* und damit zu *Bertelsmann*. Das Unternehmen zählt zu den großen Filmverleihern und betreibt zwei Abo-Streamingkanäle. Die Firma *i&uTV* beschäftigt 140 Frauen und Männer und produziert hauptsächlich Fernsehshows. Mehr als 140 Erstausstrahlungen mit über 160 Programmstunden werden jedes Jahr verkauft. Hauptauftraggeber sind *RTL*, *ARD* und *ZDF*. *Wiedemann & Berg Film* zählt mit kontinuierlichen Kinohits („Willkommen bei den Hartmanns“, „Werk ohne Autor“) zu den erfolgreichsten Produktionsfirmen in Deutschland.

KKR will eine Inhalteplattform schaffen.

KKR will aus den gekauften Unternehmen nach eigenem Bekunden eine „führende unabhängige audiovisuelle Inhalteplattform“ schaffen. Den Fokus will man auf „Premium-Inhalte“ aus Deutschland legen. Damit tritt man in direkte Konkurrenz zu gleichartigen Vorhaben von *ProSiebenSat.1* und *Discovery* einerseits und der *RTL Group* andererseits, die beide ebenfalls übergreifende „Inhalteplattformen“ angekündigt haben. Den Hintergrund bildet der Aufschwung der Streaming-Portale (*Netflix*, *Amazon Prime*, *Hulu*, *Apple TV+* u. a.), bei denen ein wachsender Bedarf an höherwertigen Filmen und Serien vermutet wird. So wolle man „eine Plattform im Content-Markt, die die deutsche Entertainment-Industrie mit Kreativität, innovativen Ideen und Leidenschaft voranbringen wird“, aufbauen – so *KKR*-Manager Philipp Freise.

Finanzinvestoren haben kein Interesse an einem nachhaltigen Engagement bei einem Unternehmen. *KKR* wird deshalb, wenn ein Produktionskonzern im genannten Sinne geschaffen sein sollte, diesen mit Profit verkaufen – sei es über die Börse oder an einen anderen Investor. Bis dahin gilt eine klare Devise: Kostensenkung und Höchstprofit. Für die Beschäftigten bedeutet das nichts Gutes.

Kontakt:

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

V. i. S. d. P:

Frank Werneke
stellvertretender ver.di-
Vorsitzender
Leiter Fachbereich Me-
dien, Kunst und Industrie
Paula-Thiede-Ufer 10
10179 Berlin