

Querfront in Magdeburg

Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft April bis Juni 2020 Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

22. Juli 2020

Schon vor Beginn der Corona-Pandemie ist in der deutschen Medienwirtschaft der „Markt“ für Unternehmenskäufe und -beteiligungen geschrumpft. Das hat die Beratungsfirma *EY Parthenon* in einer Studie, die bis Februar 2020 reicht, geschrieben. Demnach hat sich die Zahl der Beteiligungs-Aktivitäten (Käufe, Verkäufe und Liquidierungen) gegenüber dem Vorjahreszeitraum um sieben Prozent auf 454 verringert.

2019 ist die Zahl der Übernahmen und Beteiligungen bei Medienunternehmen kleiner geworden.

Entwicklung nicht markenbezogener Aktivitäten von Medienunternehmen in Deutschland¹

2016	417
2017	426
2018	476
2019	488
2020	454

¹ inkl. Beteiligungen von Inkubatoren und Fonds, die zu mindestens 50 Prozent vom Medienhaus gehalten werden; jeweils Februar

Quelle: *EY Parthenon GmbH, Konzentration bitte! – M&A- und Digitalisierungstrends in der deutschen Medienindustrie, o. O. Juni 2020, S. 2*

Verkäufe und Liquidierungen fanden vorrangig bei werbefinanzierten Geschäftsmodellen statt, und zwar im In- und Ausland. In den Bereichen Inhalte, Onlineplattformen und E-Handel hingegen halten die Unternehmen an ihren Beteiligungen fest. Besonders stark wurden die Investitionen bei so genannten Inkubatoren zurückgefahren. Damit werden „Brutstätten“ für neue Internetgeschäfte umschrieben, die junge Firmen auf einen erfolgreichen Weg bringen sollen. „Die Zeit der Experimente scheint vorbei, Medienhäuser fokussieren sich zunehmend und stärken ihre Kern-Investments“ interpretierte Sebastian Priebe, Associate Director von *EY Parthenon*, die Ergebnisse.

Ein anderes Bild zeigt sich bei den reinen Finanzinvestitionen abseits des Kerngeschäfts. Hier hat es ein Wachstum um 24 Prozent gegeben. Am aktivsten waren dabei *Axel Springer*, *Burda*, *ProSiebenSat.1*, *DuMont* und die *VG von Holtzbrinck*. Die Autoren der Studie vermuten dahinter keine Kontrolle des Geschäfts, sondern „spätere Veräußerungsabsichten“ – sprich: Spekulation. Deshalb trägt ein Kapitel der Studie den Titel „Von Medienhäusern zu Finanzinvestoren?“

„Von Medienhäusern zu Finanzinvestoren?“

Bertelsmann SE & Co. KGaA

Im ersten Quartal 2020 hat *Bertelsmann* einen Umsatzrückgang um 2,7 Prozent hinnehmen müssen; insgesamt 4,1 Milliarden Euro sind von den verschiedenen Geschäftsbereichen eingenommen worden. Organisch – d. h. bereinigt um Sondereffekte – ist der Umsatz um 2,1 Prozent gesunken. Als Ursache wurde die Corona-Krise benannt: Die Werbeerlöse seien schon im März spürbar geschrumpft. Angesichts der Pandemie werde das laufende Geschäftsjahr eine „Herausforderung“, teilte der Vorstandsvorsitzende Thomas Rabe mit. Die ursprünglichen Prognosen für 2020 seien nicht mehr zu halten, eine neue belastbare Einschätzung sei noch nicht möglich.

Bertelsmann hat seine Prognose für 2020 gekippt.

Einige Unternehmensbereiche haben sich auch positiv entwickelt, etwa die Dienstleistungssparte *Arvato*, der Musikverlag *BMG* und die Bildungsgeschäfte (*Education Group*). Die *RTL-Group*, traditionsgemäß die Melkkuh des Konzerns, leidet überdurchschnittlich unter den schrumpfenden Werbeerlösen. Sie hat im ersten Quartal 2020 rund 1,5 Milliarden Euro umgesetzt – 3,4 Prozent weniger als 2019. In ihrer Rundfunksparte (Radio und Fernsehen) brachen die Erlöse sogar um 4,8 Prozent ein und lagen knapp über einer Milliarde Euro. Die „Content-Sparte“ (*Fremantle Media*) hat 1,3 Prozent verloren, die Digitalgeschäfte hingegen sind um 5,9 Prozent und die Streamingdienste („tv now“) sogar um 19,4 Prozent gewachsen. Die Dividendenzahlung für 2019 ist ausgesetzt worden.

Die RTL-Group leidet unter der Pandemie.

Detaillierte Geschäftszahlen zum ersten Quartal 2020 veröffentlichten weder der *Bertelsmann*-Konzern noch die *RTL-Group*.

Wegen der Pandemiefolgen hat die Ratingagentur *Moody's* die langfristige „Emittentenbewertung“ (bei Anleihen) für *Bertelsmann* abgesenkt. Der Konzern gilt nun nicht mehr als „Baa1“-Kandidat, sondern hat „Baa2“, was sich bei Neukrediten auf die Zinsen auswirken kann. Als Grund wurde genannt, dass die Werbe- und Verlagsbranche wegen „ihrer Sensibilität gegenüber Werbebudgets und Verbraucherstimmungen erheblich von dem Corona-Schock betroffen“ sei. *Bertelsmann* ließ wissen, dass man „gut und breit aufgestellt“ sei, keine staatliche Unterstützung brauche und keinen Anlass sehe, von der „seit vielen Jahren verfolgten konservativen Finanzierungspolitik“ abzuweichen.

Schlechteres Rating für Bertelsmann

ProSiebenSat.1 Media SE

Das Management von *ProSiebenSat.1* hat schon Mitte April 2020 seine Prognose für das laufende Jahr zurückgezogen. Man gehe davon aus, dass das Geschäft in allen Segmenten durch die Pandemie stark beeinträchtigt wird. Beim Fernsehen (*SevenOne*) sind die Werbeerlöse eingebrochen, bei der Filmproduktion (*Red Arrow*) müssen Projekte verschoben werden, beim Rubrikengeschäft (*NuCom*) leiden einzelne Portale, während andere von der Krise profitieren.

In den Geschäftszahlen für das erste Quartal 2020 hat sich diese Entwicklung noch wenig niedergeschlagen. Der Umsatz ist um 1,4 Prozent gestiegen, organisch – d. h. bereinigt um Portfolio- und Währungseffekte – ist er allerdings um ein Prozent gesunken. Die Erlöse beim Fernsehen haben überdurchschnittlich – um 2,8 Prozent – abgenommen, die Werbeerlöse lagen sogar um vier Prozent unter dem Vorjahreswert. Der Produktionsbereich ist um 0,7 Prozent – organisch um 3,0 Prozent – gesunken. Nur die *NuCom Group* konnte um 14,6 Prozent, organisch um 8,0 Prozent, zulegen. Mehr als die Hälfte der Erlöse stammten aus den Bereichen jenseits des Fernsehens.

Im ersten Quartal liefen die Geschäfte noch passabel, im zweiten nicht mehr.

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

	2018	2019	2020	2020/19 (%)
Außenumsatz	881	913	926	+ 1,4
- <i>SevenOne Entertainment</i>	624	579	563	- 2,8
- <i>Red Arrow Studios</i>	97	135	134	- 0,7
- <i>NuCom Group</i>	159	199	228	+ 14,6
Bereinigtes EBITDA	200	190	157	- 17,4
- <i>SevenOne Entertainment</i>	183	163	141	- 13,5
- <i>Red Arrow Studios</i>	4	8	8	0,0
- <i>NuCom Group</i>	13	19	15	- 21,1
- Überleitung (Holding usw.)	.	- 16	- 8	-
EBITDA	133	180	145	- 19,4
Konzernüberschuss	27	121	31	- 74,4
- bereinigt	93	94	58	- 38,3
Nettofinanzschulden	1.620	2.206	2.294	+ 4,0

Quelle: Quartalsfinanzberichte der ProSiebenSat.1 Media SE, 9. 5. 2019 und 7. 5. 2020

Die unerfreuliche Lage zeigt sich deutlicher bei den Profiten: Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) hat fast 20 Prozent unter dem Vorjahreswert gelegen, der Nettoprofit (Konzernüberschuss) betrug nur noch ein Viertel des Betrags von 2019, bereinigt ist er um 38 Prozent gesunken.

Die Profite sind deutlich gesunken.

Für das zweite Quartal 2020 liegen noch keine Geschäftszahlen vor. Auf der Hauptversammlung am 10. Juni hieß es aber, dass die Werbeeinnahmen im April und Mai etwa 40 Prozent unter denen des Vorjahrs gelegen haben. Auch im Juni sehe man noch keine Verbesserung. Allerdings: Den Großteil der Werbeerlöse erwarte man erfahrungsgemäß im vierten Quartal. Bis dahin werden die Werbekunden wieder verstärkt buchen, so die Hoffnung.

Als Reaktion auf die krisenhafte Entwicklung soll in allen Bereichen gespart werden. Die Investitionen ins Programm beispielsweise will man um 50 Millionen Euro verringern, auch beim Aufwand für IT, Reisen und Beratung wird gekürzt. Für das Ge-

P7S1 will sparen.

schäftsjahr 2019 wird keine Dividende ausgeschüttet; das bringt 192 Millionen Euro zusätzlich. Die Liquiditätslage sei gleichwohl weiterhin gut, beteuerte die Konzernführung im April 2020. Man verfüge über rund 900 Millionen Euro Barmittel und 750 Millionen Euro kurzfristig mobilisierbare Reserven.

Die *ProSiebenSat.1-Gruppe* hat allerdings nicht nur ein Problem mit der Pandemie, sondern auch eine Führungskrise (QB 1/20-2, S. 5). Ende März 2020 war der Vorstandsvorsitzende Max Conze fristlos entlassen worden (mit einer „Abfindung“ von 3,9 Millionen Euro, versteht sich). Kurz vorher hatte sein Vize Conrad Albert gekündigt; ihm wurden drei Millionen Euro hinterhergeworfen. Für 2019 hatte Conze ein Gehalt von 4,5 Millionen Euro einstreichen dürfen – zusätzlich variable Komponenten von mindestens 1,8 Millionen. Im Jahr zuvor hatte er sogar 5,6 Millionen Euro kassiert, obwohl er erst Mitte des Jahres sein Amt angetreten hatte. Conrad Albert bekam 2019 ein Gehalt von 2,8 Millionen Euro ausgezahlt. Für den Aufsichtsrat waren 1,6 Millionen Euro Tantiemen fällig gewesen, davon 376.000 für dessen Vorsitzenden Werner Brandt.

Millionen für ehemalige und aktuelle Manager

Als neuer Vorstandssprecher fungiert Rainer Beaujean. Er leitete die Hauptversammlung am 10. Juni 2020, die wegen der Coronabeschränkungen online stattfand. Bei dieser Veranstaltung war auf die Frage eines Aktionärs mitgeteilt worden, dass es Ende 2019 im Konzern 271 Beschäftigte gegeben hat, deren Bruttogehalt mehr als 120.000 Euro pro Jahr betrug.

Der Wechsel an der Konzernspitze war von den neuen Großaktionären, mit denen sich das Management arrangieren muss, durchgesetzt worden. Seit Sommer 2019 bedienen sich verschiedene Investorengruppen an der Börse wie auf einem Jahrmarkt. Zuerst haben die Mailänder *Mediaset-Holding* (die dem Berlusconi-Clan gehört) und die tschechischen Intestoren Daniel Křetínský und Patrik Tkac (*Czech Media Invest*) Pakete von knapp 25 bzw. 10,1 Prozent zusammengekauft. Seit Mai 2020 hat sich außerdem der Finanzinvestor *KKR* 6,6 Prozent der Stimmrechte gesichert. Im Juni wurde bekannt, dass sich auch die *norwegische Staatsbank* mit rund fünf Prozent beteiligt hat. Es ist davon auszugehen, dass der Ausverkauf weitergeht, denn die P7S1-Aktien sind billig zu haben. Mitte März 2020 wurden die Papiere für weniger als sechs Euro angeboten, Mitte Juli lag der Kurs bei knapp zehn Euro.

Inzwischen gibt es schon vier ausländische Großinvestoren bei P7S1.

Axel Springer SE

Wieder einmal wird im *Springer-Konzern* umstrukturiert. Damit wird der Dreijahresrhythmus eingehalten: Im März 2014 waren aus fünf klassischen Konzernbereichen drei neue geschaffen worden. Journalismus fand bei den „Bezahlangeboten“ (inzwischen „News Media“) statt, erstmals wurden gedruckte und digitale Medien zusammengefasst. Im Juni 2017 wurden Print- und Digitalgeschäfte wieder – wie vor 2014 – in getrennte Bereiche aufgeteilt, mit je eigener Vermarktung, Vertrieb und Herstellung.

Bei Springer wird wieder einmal umstrukturiert.

Anfang Juli 2020 wurde nun erneut alles über den Haufen geworfen. Die journalistischen Bereiche *Bild GmbH* und *Welt N 24 GmbH* werden zu zwei von vier „Säulen“ im Vorstandsbereich „News Media National“. Gedruckte und digitale Medien, Redaktion und Verlag, finden sich wieder unter einem Dach. Die beiden anderen „Säulen“ sind Technik („Media & Tech“) und Werbung („All Media“). Neu ist, dass die beiden Chefredakteure Julian Reichelt (*Bild*) und Ulf Poschardt (*Welt*) „oberste Markenverantwort-

liche“ werden und in die Führung des Vorstandsbereichs aufsteigen. Die beiden redaktionellen „Säulen“ werden selbstverantwortliche Unternehmenseinheiten.

Mag das vorherige Geschehen nach einem hilflosen Hin und Her ausgesehen haben, so dürfte die neueste Volte einem klaren strategischen Ziel folgen. Seit Jahresbeginn herrschen bei *Springer* neue Machtverhältnisse: Der US-Finanzinvestor *KKR* ist Hauptaktionär und wird demnächst 48,6 Prozent des Aktienkapitals besitzen, für weitere sechs Prozent hat er ein Vorkaufsrecht (siehe unten). Ohne oder gar gegen ihn geht gar nichts. Die neue Struktur dürfte sein Werk sein.

Hinter den aktuellen Maßnahmen dürfte der neue Großaktionär KKR stehen.

KKR hat im vergangenen Jahr etliche große (*Tele-München-Gruppe*) und kleinere Filmfirmen übernommen und daraus *Leonine*, einen der führenden deutschen Produktionskonzerne, geschaffen. *Springer* betreibt mit „Welt“ (früher „N 24“) einen Fernsehsender und hat sich kürzlich für die Streamingplattform „Bild TV“ eine Rundfunklizenz besorgt. Videostreaming zählt zu den Boomsparten der Medienindustrie mit zweistelligen Wachstumsraten. Dieses Geschäft passt bestens mit *Leonine* zusammen. Erst recht, wenn man bei der Konkurrenz *P7S1* einen Fuß in der Tür hat: *KKR* hat sich dort 6,6 Prozent der Aktien gesichert.

Finanzinvestoren kaufen Firmen auf Zeit, um sie auszusaugen und mit Profit weiterzuverkaufen. Das geht am besten nach einer Zerschlagung. Für das Werbegeschäft („Marketing Media“) hat der Vorstandsvorsitzende Mathias Döpfner schon im Frühjahr 2019 einen baldigen Verkauf angekündigt. Über eine Abspaltung des Rubrikengeschäfts („Classifieds Media“) wollen die Gerüchte trotz Dementi nicht verstummen. Für *KKR* ergäbe das Sinn: Die „News Media“ könnten mit *Leonine* zu einem neuen Streamingkonzern mit eigener Produktionsbasis verschmolzen und später sehr teuer verkauft werden. Der Restkonzern ließe sich getrennt zu Geld machen.

Eine Zerschlagung des Konzerns könnte für KKR Sinn ergeben.

Ob das alles so kommt, ist Spekulation. Aber zum Geschäftsgebaren eines Finanzinvestors würde es gut passen. Die Meinung der Verlegerwitwe Friede Springer, der angeblich „die Wahrung des publizistischen Erbes“ ihres verstorbenen Gatten so am Herzen liegt, wäre kein Hindernis.

Für das laufende Geschäftsjahr ...

... hat auch das *Springer*-Management die Prognose zurückgenommen. Ursprünglich hatte man mit Umsatzerlösen auf dem Niveau des Vorjahrs gerechnet, beim bereinigten EBITDA war man von einem Rückgang im niedrigen bis mittleren zweistelligen Prozentbereich ausgegangen. Als Gründe waren Abschreibungen und hohe Investitionen in Zukunftsbereiche genannt worden. Eine neue Prognose wurde nicht aufgestellt, die für den 22. April 2020 einberufene ordentliche Hauptversammlung war zunächst auf den 17. Juni verschoben worden und soll jetzt im vierten Quartal 2020 stattfinden. Am Dividendenvorschlag von 1,16 Euro je Aktie hält man einstweilen fest.

Die Prognose für 2020 ist zurückgenommen worden.

Mitte April 2020 hat Stephanie Caspar von *Springer*-Vorstand die Lage so beschrieben: Besonders hart betroffen von den Pandemiefolgen sind die Rubrikenportale für Kleinanzeigen, Jobs und Immobilien, während sich die Preisvergleichsplattform *Idealo* „vor neuen Kunden gar nicht retten“ könne. Auch die Nachfrage nach Inhalten wachse stark. Werbungstreibende würden nach einigem Zögern auch wieder Anzeigen schalten. Die Auflage der „Bild“ sei um 15 bis 18 Prozent eingebrochen, weil Bordexemplare und Auslandsverkäufe komplett wegfielen und der Bahnhofshandel sich halbiert habe. Höhere Abozahlen und Supermarktverkäufe könnten das nicht ausgleichen.

Anfang Juni 2020 haben Carsten Schwecke und Julia Wehrle, Vorstandsmitglieder von *Springers* Marketingtochter *Media Impact*, in einem Interview Zahlen zu den aktuellen Netto-Werbeinnahmen genannt: Im April seien sie um 23 Prozent und im Mai um 26 Prozent gesunken. Das wiegt schwer, denn die Werbeerlöse machen mehr als zwei Drittel des Konzernumsatzes aus. Dass es nicht noch schlimmer gekommen ist, sei zu großen Teilen „Bild“ (Print und Online) zu verdanken.

Seit dem 6. April 2020 ist die *Axel Springer SE* nicht mehr an der Börse gelistet. Hintergrund war die Übernahme von 47,6 Prozent der Aktien durch den Finanzinvestor *KKR* (QB1/20-2, S. 7 f.). Dieser will auch noch die restlichen Aktien im Streubesitz (etwa ein Prozent) kaufen und deren Besitzer notfalls zur Abgabe zwingen. Mit dem neuen Hauptaktionär dürfte es auch zusammenhängen, dass die *Axel Springer SE* für das erste Quartal 2020 erstmals keine Geschäftszahlen veröffentlicht.

Springer ist nicht mehr an der Börse gelistet.

Über den Einstieg von *KKR* bei *Springer* sind interessante Details bekannt geworden. Der Finanzinvestor wird, wenn er den restlichen Streubesitz kassiert hat, 48,6 Prozent der Aktien halten. Der Verlegerin Friede Springer gehören 42,64 Prozent, Mathias Döpfner 2,81 Prozent. Diese beiden haben einen Stimmenpool gebildet. Die beiden Enkel Axel Springers, Axel Sven und Ariane Melanie, besitzen 5,05 bzw. 0,96 Prozent. Für deren Aktien hat sich *KKR* ein Vorkaufsrecht einräumen lassen. Sollten sie verkaufen (was ihnen beim aktuellen Kurs von 63 Euro 343 bzw. 66 Millionen Euro einbrächte), dann hätte der Investor die Stimmenmehrheit. Das würde zwar momentan keine Rolle spielen, weil *KKR*, Springer und Döpfner ein Konsortium gebildet und beschlossen haben, nur gemeinsam abzustimmen. Das gilt aber nur für fünf Jahre. Danach wäre alles möglich.

KKR hat ein Vorkaufsrecht für sechs Prozent der Aktien; das ergäbe die Kapitalmehrheit.

Friede Springer und Mathias Döpfner haben das Bündnis mit *KKR* damit begründet, dass der Konzern viel Geld brauche, um auf internationalen Digitalmärkten erfolgreich expandieren zu können. Im Mittelpunkt des Begehrens stand bislang eines der großen globalen Rubrikenportale, mit dessen Erwerb das Segment „Classifieds Media“ gestärkt würde. Im vergangenen Jahr wollte *Springer* die *Scout24-Gruppe* übernehmen, musste dann aber passen: Das Portal ging für 2,9 Milliarden Euro an den Finanzinvestor *Hellman & Friedman* – eine Summe, die man sich in Berlin nicht leisten konnte oder wollte.

Ende Mai 2020 ist auch der zweite derartige Versuch gescheitert. Die Eigentümer des US-Konzerns *Ebay Classifieds Group* hatten ihr Investment zum Verkauf gestellt, *Springer* beteiligte sich am Bieterrennen – neben dem südafrikanischen Konzern *Naspers*, dem Verlag *Schibsted* aus Norwegen und einem Konsortium aus Private-Equity-Firmen. Aber die Preisvorstellungen von acht Milliarden US-Dollar (7,15 Mrd. Euro) überstiegen wiederum die Möglichkeiten von *Springer*. Das mit dem Einstieg von *KKR* mobilisierte Kapital wäre auf einen Schlag aufgebraucht worden, Spielraum für andere Akquisitionen hätte es nicht mehr gegeben, hieß es. Alternativ hatte *Springer* erwo-gen, eine strategische Partnerschaft einzugehen oder nur einen Teilbereich zu übernehmen. Doch auch daraus wurde nichts. Man will sich nun nach einem Übernahmekandidaten im Bereich „News Media“ umsehen. Damit ist eines der großen internationalen Nachrichtenportale gemeint; welches, ist unklar.

Springer musste beim Bieterrennen um Ebay schon frühzeitig aussteigen.

Das Kapitel Digitalkiosk hat *Springer* abgeschlossen, der konzerneigene „iKiosk“ ist an die *Schweitzer Fachinformationen* verkauft worden. Das Portal war im Frühjahr 2010 als Plattform zum Verkauf der konzerneigenen Zeitungen und Zeitschriften gestartet worden, wurde aber schnell zu einer Plattform für Titel anderer Verlage erweitert. Derzeit bieten dort über 200 Verlage mehr als 1.000 Titel zum digitalen Konsum gegen Bezahlung an.

Der „iKiosk“ ist verkauft worden.

Bei *Springer* gilt, ebenso wie bei *ProSiebenSat.1*, dass man zwar gerne beim Personal spart, sich bei der Alimentierung der Führungsspitze aber großzügig zeigt. Die Zeitschrift „Kress Pro“ (Heft 3/20) hat vorgerechnet, dass 2019 der fünfköpfige Vorstand 22,1 Millionen Euro „verdient“ hat, davon 10,4 Millionen als Festvergütung. Der Vorsitzende Mathias Döpfner allein dürfte 6,6 Millionen Euro kassiert haben. Hinzu kamen 2,1 Millionen für Versorgungszusagen. Für den Aufsichtsrat fielen 3,0 Millionen Euro an. Zu alledem kam noch ein „Long-Term Incentive Plan“ aus dem Jahr 2016, der beim Erreichen bestimmter Kennzahlen horrende Boni verspricht. Dafür sind 69,2 Millionen Euro für den Vorstand und weitere 8,9 Millionen für andere Führungskräfte in den Jahresabschluss 2019 eingestellt worden. Alles in allem kommen somit 105 Millionen Euro für das Jahr 2019 zusammen.

Springer zahlt für 2019 rund 105 Millionen Euro an seine Konzernführung aus.

Zum Vergleich: Im Rahmen des laufenden Sparprogramms bei der „Bild“- und „Welt“-Gruppe will *Springer* die Ausgaben um 50 Millionen Euro kürzen, was einen Abbau von über hundert Arbeitsplätzen bedeutet.

ARD und ZDF

Für die Gegner des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hat die Corona-Pandemie einen Vorteil: Sie bietet den Vorwand, die eigentlich längst abgehakte Erhöhung des Rundfunkbeitrags ab 2021 erneut infrage zu stellen. Es geht um eine Anhebung um 86 Cent auf 18,36 Euro monatlich. Angesichts der wirtschaftlichen Belastungen sei dies dem Publikum unmöglich zuzumuten. Dabei handelt es sich de facto ohnehin nicht um eine Erhöhung, sondern um die Festschreibung der Finanzsumme, mit der *ARD* und *ZDF* schon während der laufenden Beitragsperiode auskommen müssen (QB 1/20-2, S. 11). Dies hatten die Intendanten nach Bekanntwerden der Zahl vorgerechnet. Angesichts der zu erwartenden Preissteigerungen läuft die neue Regelung real auf eine Senkung des Finanzierungsniveaus hinaus.

Neue Versuche, die Erhöhung des Rundfunkbeitrag doch noch zu verhindern.

Die Erhöhung des Beitrags war von der *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* (KEF) im Februar 2020 empfohlen worden. Beschlossen werden muss sie von den Bundesländern. Deren Ministerpräsidenten haben das auch Mitte Juni 2020 nach einigem Gezerre getan. Die *AfD* ist strikt dagegen und will erreichen, dass zumindest ein ostdeutscher Landtag die Zustimmung verweigert. Das würde reichen, um das Vorhaben zu blockieren. Unterstützt wird sie dabei von der *FDP*. Deren Fraktion im Bundestag hat den Antrag gestellt, die Bundesregierung möge sich bei den Ländern für eine Aussetzung der Erhöhung einsetzen. Aus *CDU* und *CSU* hat sich eine Gruppe von Bundestagsabgeordneten mit der gleichen Bitte an die Ministerpräsidenten gewandt. Ins Horn tutete – wen wundert's – auch *Axel Springers* „Bild“-Zeitung. Dort war Anfang Mai 2020 von einem „Aufstand“ gegen die geplante Beitragssteigerung zu lesen.

Im Landtag von Sachsen-Anhalt hat sich in dieser Sache eine verstörende Querfront zusammengefunden. Nicht nur die AfD- und die CDU-Fraktion wollen dagegen stimmen, auch die Fraktion der Linkspartei macht nicht mit. Deren Parlamentarischer Geschäftsführer Stefan Gebhardt ließ wissen, er sei zwar ein Befürworter eines bürgernahen Rundfunks, aber: „Wir vermissen eine Begrenzung der Direktoren- und Intendantengehälter. Will nur daran erinnern, dass der Intendant des Westdeutschen Rundfunks doppelt so viel verdient wie der Bundespräsident.“ Anfang Juli 2020 gab Ministerpräsident Reiner Haseloff bekannt, dass es im Landtag derzeit keine Mehrheit für eine Anhebung gibt.

Das Rundfunkkonzept der AfD

Die Partei hat Ende Juni 2020 ihre Vorstellungen zur „Reform“ des öffentlich-rechtlichen Rundfunks vorgestellt. Danach sollen sich die Sender auf Nachrichten, Kultur, Bildung sowie regionale und lokale Informationen beschränken. Programme, die private Sender anbieten (z. B. Sport, Unterhaltung) bleiben ihnen verwehrt. Die Ausgaben sollen von derzeit 8 Mrd. auf 800 Mio. Euro gekürzt werden. Sie wären von den großen Medienkonzernen per Umlage aufzubringen. Der Rundfunkbeitrag würde entfallen, Werbung wäre verboten. Die regionalen Rundfunkanstalten dürften höchstens ein Radio- und Fernsehprogramm anbieten. (vgl. FAZ, 1. 7. 2020)

Der Streit um den Rundfunkbeitrag hat einen Nebenkampf erzeugt. Im kommenden Jahr will die ARD ein „Digitales Kulturangebot“ auf den Weg bringen, in dem Konzerte, Ausstellungen und weitere „Kulturerlebnisse“ aus den einzelnen Sendegebieten gebündelt werden und neue Produktionen erfolgen sollen. Mit den Kulturangeboten von ZDF und Deutschlandradio soll es verlinkt werden. Der Etat wird fünf Millionen Euro umfassen, finanzieren sollen ihn die einzelnen ARD-Anstalten.

Beim neuen „Digitalen Kulturangebot“ der ARD macht der BR nicht mit.

Der Bayerische Rundfunk wird allerdings nicht dabei sein, wie Intendant Ulrich Wilhelm Mitte Mai 2020 wissen ließ. Denn die Federführung für die neue Kulturplattform soll beim Mitteldeutschen Rundfunk liegen, die Redaktion in Halle sitzen. Das war vonseiten der Landesregierung Sachsen-Anhalts mehr oder weniger offen zur Bedingung dafür gemacht worden, dass man der Beitragserhöhung zustimmt. Eine solche Verknüpfung sei verfassungsrechtlich bedenklich, erklärte Wilhelm, weil staatliche Einflussnahme auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk unzulässig sei.

Diese Argumentation ist nicht von der Hand zu weisen, auch wenn Wilhelms Motive durchsichtig sind: Er wollte das Kulturportal unbedingt in München angesiedelt haben. Andererseits wird von den ostdeutschen Ländern schon seit Jahren moniert, dass von 50 Gemeinschaftseinrichtungen der ARD nur zwei bedeutsamere nicht in der alten BRD angesiedelt sind: das Hauptstadtstudio in Berlin (was sich von selbst versteht) und der Kinderkanal in Erfurt.

Das „Digitale Kulturangebot“ der ARD hat eine Vorgeschichte. Im Februar 2019 wurde „ZDFkultur“ als digitaler Kulturraum gestartet. Der ARD war angeboten worden, diese Plattform mitzunutzen. Das scheiterte, weil sie ihre Kulturangebote nicht bündeln konnte oder wollte, sondern stattdessen ein eigenes Portal aufbaut, das dann mit dem des ZDF verbunden werden soll.

Inzwischen wurde bekannt, dass 2019 die Gesamteinnahmen des Beitragsservice 8,07 Milliarden Euro erbracht haben – eine Steigerung um 0,7 Prozent. Davon gehen 152 Millionen an die Landesmedienanstalten. Für das laufende Jahr wird mit rückläufigen Einnahmen gerechnet, weil wegen der Corona-Pandemie die Zahl der beitragsfreien Haushalte steigen wird. Zudem können sich Firmen, deren Betriebsstätte auf behördliche Anweisung hin geschlossen worden ist, nachträglich von der Beitragszahlung befreien lassen.

Die Beitragseinnahmen sind 2019 schwach gestiegen.

Der *Norddeutsche Rundfunk* will in den kommenden vier Jahren 300 Millionen Euro einsparen, wie Intendant Joachim Knuth Anfang Mai 2020 mitteilte. Bis 2028 sollen zehn Prozent des Personalaufwands gekürzt, 200 Planstellen nicht neu besetzt werden. Die stärksten Einschnitte sind beim Programm geplant: weniger Shows, weniger Fernsehspiele, weniger „Tatorte“. Auch bei Großveranstaltungen, Konzerten und den Musikensembles wird gespart.

Der NDR will auch beim Programm kürzen.

Beim *Südwest-Rundfunk* hat Intendant Kai Gniffke Mitte Juni 2020 ein Umbauprogramm verkündet. Demnach sollen die Hörfunk-Nachrichtenredaktionen in Mainz und Stuttgart aufgelöst und deren Aufgaben in Baden-Baden konzentriert werden. Davon sind 36 Redakteurinnen und Redakteure betroffen. Allerdings solle deswegen niemand umziehen müssen, es würden auch keine Stellen gestrichen.

Bauer Media Group KG

Der Hamburger Konzern hat in jüngster Zeit mit etlichen Negativmeldungen von sich reden gemacht. Ein wichtiger Teil davon betraf – wie üblich – den Umgang mit den Beschäftigten:

- Im Februar 2020 war mitgeteilt worden, dass der Zeitschriftenstandort Rastatt in Baden im Lauf des Jahres geschlossen und die Redaktionen nach Hamburg verlegt werden. Wer von den 80 Betroffenen nicht mit in den Norden ziehen kann oder will, hat Pech gehabt.
- Ebenfalls in Rastatt erfuhren Ende Juni die 163 Beschäftigten der Offsetdruckerei, dass sie sich ab Ende Oktober 2020 eine neue Arbeit suchen dürfen. *VPM Druck* wird dann geschlossen. *Bauer* will künftig nur noch Tiefdruck anbieten, wofür man zwei Betriebe in Polen unterhalte. Diese würden „führende Wettbewerbspositionen in Europa einnehmen“.
- Anfang Juni erfuhr das Team von „Laura Wohnen Kreativ“ in Hamburg, dass ihr Magazin mit sofortiger Wirkung eingestellt wird. Die „Wohnidee“ bleibt zwar bei *Bauer*, wird künftig aber extern produziert. Von den rund 30 Betroffenen darf die Hälfte an Bord bleiben, der Rest muss sehen, wo er oder sie bleibt.

Der Redaktionsstandort Rastatt wird geschlossen.

Auch die Druckerei in Rastatt wird zugemacht.

Auslagerung in Hamburg

Parallel zu diesen Meldungen hat der *Bauer*-Konzern eine Kehrtwende bei seiner Außenpolitik verkündet. In den vergangenen Jahren hatte die Verlegerin Yvonne Bauer viel Geld in den Aufbau neuer Auslandsmärkte gesteckt. Bevorzugtes Ziel waren Großbritannien sowie Australien und Neuseeland. Offensichtlich haben sich diese und andere Investitionen nicht so rentiert wie erwartet.

- Mitte Mai 2020 sind in Rumänien die Zeitschriften „TV Mania“ und TV „Satelit“ an den Schweizer *Ringier-Verlag* abgestoßen worden.
- Mitte Juni hat *Bauer* sämtliche Aktivitäten in Russland an das dortige Management verkauft. Dabei ging es um fünf Verlage und rund 90 Zeitschriftentitel.
- Der Knaller kam zwei Tage nach dem Russland-Deal. *Bauer* veräußerte sein komplettes Geschäft in Australien und Neuseeland an einen Finanzinvestor von den Bermudas. Anfang April hatte der Hamburger Konzern schon seine Zeitschriften in Neuseeland von heute auf morgen eingestellt. *Bauer* war 2012 mit dem Erwerb des

Bauer gibt einen Großteil des Auslandsgeschäfts wieder auf.

Medienhauses *ACP* für 525 Millionen Australo-Dollar (ca. 320 Millionen Euro) in den Markt „down under“ eingestiegen und hatte in der Folgezeit stark expandiert. Dem Vernehmen nach erhält er nur einen zweistelligen Millionenbetrag zurück.

- In Polen hat *Bauer* Anfang Mai den führenden Internetanbieter *Grupa Interia* für 92 Millionen Euro an die *Grupa Polsat* verkauft. Fast Gleichzeitig hat sie die *Grupa Tense*, einen Online-Marketingspezialisten, gekauft.
- Auch in Großbritannien läuft es nicht so wie gewünscht. *Bauer* unterhält dort die größte private Radiokette sowie zwei Zeitschriftenverlage. Für letztere waren schon im Herbst 2019 Verluste gemeldet worden. Im Mai 2020 hieß es nun, dass man zehn Titel verkaufen oder schließen werde.

Für das Geschäftsjahr 2020 rechnet *Bauer Media* mit einem um 30 Prozent niedrigeren Gewinn und zehn Prozent weniger Umsatz als 2019, sagte der Verlagsmanager Veit Dengler Mitte Juni 2020 in einem Interview. Aber: „Wir haben nach wie vor einen sehr positiven Cashflow.“ Wie hoch Umsatz und Gewinn 2019 waren, hat er nicht mitgeteilt.

Für 2020 wird weniger Umsatz und Gewinn vorausgesagt.

Kontakt:

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

Dr. Gert Hautsch
Fachredakteur
60318 Frankfurt am Main

V. i. S. d. P:

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