

Neuer Mann bei Bertelsmann

Quartalsbericht zur deutschen Medienwirtschaft April bis Juni 2021
Teil 2: Konzernübersichten

Von Gert Hautsch

23. Juli 2021

Bei den globalen Film- und Streaminganbietern hat es im zweiten Quartal 2021 eine weitere Zentralisation des Kapitals gegeben. Die Finanz- und Marktmacht der US-Unternehmen ist damit erneut gewachsen.

Die AT&T Corp. mit Sitz in Dallas hatte 2018 für 109 Milliarden US-Dollar den Medienkonzern *Time Warner* (TW) übernommen und sich damit an die Spitze in der Rangliste internationaler Medienunternehmen gesetzt (Umsatz 2019: 162 Mrd. \$). Im Mai 2021 kündigte sie nun an, dass TW wieder abgespalten und mit dem Konkurrenten *Discovery* zur *Warner Bros. Discovery Inc.* verschmolzen wird. AT&T wird 71 Prozent an der neuen Firma besitzen, der bisherige Discovery-Eigner *Liberty Global* 29 Prozent. Das erklärte Ziel ist es, auf dem zunehmend umkämpften Markt für Video- und Audiostreaming eine stärkere Position gegenüber den dort führenden Konzernen *Netflix*, *Amazon* und *Disney* zu gewinnen.

Time Warner und Discovery werden fusioniert.

Fast zeitgleich – Mitte Mai 2021 – gab die *Amazon Corp.* aus Seattle bekannt, dass sie die Übernahme des Hollywood-Studios *Metro-Goldwyn-Mayer* (MGM) beabsichtigt. Der Kaufpreis soll bei 8,5 Milliarden US-Dollar liegen. Das Ziel ist das gleiche wie beim TW/Discovery-Deal: die Stärkung der eigenen Position bzw. die Absicherung der Marktführerschaft auf dem globalen Streamingmarkt. An MGM ist nicht zuletzt die Rechtebibliothek („James Bond“, „Ben Hur“, „Rocky“ usw.) interessant. Die Firma war das einzige der großen Hollywood-Filmstudios, das noch selbständig geblieben war.

Amazon kauft MGM.

Bertelsmann SE & Co. KGaA

Der Medienkonzern aus Gütersloh hat einen neuen Familiensprecher. Die bisherige Amtsinhaberin Liz Mohn hat im Juni 2021 die Funktion an ihren Sohn Christoph übergeben. Der steht nunmehr der *Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft* vor, die die Aktionärsinteressen der *Bertelsmann Stiftung* und der Familie Mohn wahrnimmt. Christoph Mohn war bislang schon Aufsichtsratsvorsitzender und wird das auch bleiben. Neben dem Amt des Familiensprechers wird er auch Vorsitzender des Lenkungsausschusses sein. Liz Mohn bleibt Mitglied dieses Ausschusses sowie des Bertelsmann-Aufsichtsrats.

Christoph Mohn ist der neue starke Mann im Konzern.

Ansonsten wird sich an den Machtstrukturen im Konzern nichts ändern. Eigentümer sind zum Großteil Stiftungen, darunter die „gemeinnützige“ *Bertelsmann Stiftung*. Die Familie Mohn hält die restlichen Anteile von knapp 20 Prozent und besetzt alle Machtpositionen. Der Vorstandsvorsitzende Thomas Rabe, dessen Vertrag kürzlich bis 2026 verlängert worden ist, handelt im Einvernehmen mit dem neuen Patriarchen Christoph Mohn.

Ende April 2021 hat Rabe, der auch Chef der *RTL Group* ist, bei einer Tagung für Führungskräfte die künftige Strategie vorgestellt. Sie lässt sich in einer Floskel zusammenfassen: „nationale Media-Champions“. Dies soll eine Antwort auf die weiter wachsende Übermacht der US-Digitalkonzerne sein: die Orientierung auf nationale oder regionale Märkte. Ein „Champion“ ist einer der führenden Akteure in einzelnen Ländern oder Regionen. So will *Bertelsmann* insbesondere der globalen Streamingkonkurrenz regional etwas entgegensetzen.

„Nationale Media-Champions“ als neues strategisches Ziel.

Direkt angesprochen wurden bei der Tagung die *RTL Group*, der Produktionskonzern *Fremantle*, der Großverlag *Penguin Random House*, die Musiksparte *BMG* und das Dienstleistungsunternehmen *Arvato*. Von ihnen werden jährliche Wachstumsraten beim Umsatz von fünf bis zehn Prozent erwartet. Die neu geschaffene *Education Group* sowie die internationalen Investments sollen sogar um mehr als zehn Prozent zulegen.

Der Verlagskonzern *Gruner+Jahr* wurde von Thomas Rabe in diesem Zusammenhang nicht genannt. Ihm droht nach dem fristlosen Abgang der Vorstandsvorsitzenden Julia Jäkel (QB 1/21-2, S. 3 ff.) die interne Abwicklung. Eine Übernahme ganz oder – wahrscheinlicher – in Teilen durch die *RTL Group* wird derzeit „ausgelotet“, gilt bei Insidern aber schon als beschlossene Sache. Anfang Mai 2021 wurde bekannt, dass die Pläne für einen Neubau des G+J-Verlagshauses in Hamburg gekippt wurden, obwohl das bisherige Domizil schon verkauft worden ist und der Verlag dort nun als Mieter sitzt. Daraufhin mussten Gerüchte, *Gruner+Jahr* werde zu *RTL* nach Köln umziehen, dementiert werden.

Von G+J ist strategisch schon nicht mehr die Rede.

Zur neuen Strategie gehört eine Flurbereinigung bei den Aktivitäten im benachbarten westlichen Ausland:

- Ende Mai 2021 hat *Gruner+Jahr* wie erwartet sein komplettes Frankreichgeschäft an *Vivendi* verkauft. Der bisherige Tochterkonzern *Prisma Media* ist dort mit 1.200 Beschäftigten und 271 Millionen Euro Umsatz (2020) der führende Verlag für Publikumszeitschriften – also eigentlich ein „Champion“. Aber Print gehört wohl nicht mehr zu den interessanten Geschäftsfeldern. Über den Kaufpreis wurde nichts mitgeteilt, von 300 Millionen Euro war die Rede. Der Konzernumsatz von *G+J* wird sich auf deutlich unter eine Milliarde Euro verringern.

G+J hat die französische Prisma Media verkauft.

- Die Frankreichpläne der *RTL Group* haben sich verändert. Dort war ebenfalls beabsichtigt gewesen, die Aktivitäten im Nachbarland zu verkaufen. In diesem Fall geht es um die *Groupe M6*, an der die Bertelsmann-Tochter mit 48,6 Prozent Hauptaktionärin ist. *M6* soll nunmehr mit der Konkurrentin *Groupe TF1* fusioniert werden. Die gehört dem französischen Baukonzern *Bouygues* und ist, wie *M6*, in den Bereichen TV, Radio, Streaming, Produktion und Technik stark. Im Ergebnis der Fusion soll einer jener „nationalen Media-Champions“ entstehen, von denen Thomas Rabe spricht. Er soll einen Jahresumsatz von 3,4 Milliarden Euro und einen operativen Gewinn (EBITDA) von 461 Millionen Euro erzielen (pro-forma-Zahlen für 2020).
- In den Niederlanden will die *RTL Group* bis Mitte 2022 ihre gesamten dortigen Unternehmungen mit denen von *Talpa Media* (Jan de Mol) vereinigen. Beide betreiben Fernseh- und Radiosender, Print- und Digitalmedien sowie E-Commerce-Plattformen, *RTL* außerdem die Streamingplattform „Videoland“. Die neue Firma wird (nach Zahlen von 2020) für 909 Millionen Euro Umsatz und 84 Millionen EBITDA stehen. *RTL* wird 70 Prozent der Anteile halten, *Talpa* 30 Prozent. Zusätzlich wird sie eine Vereinbarung über die Entwicklung neuer Fernseh- und Streamingformate mit den Produktionsfirmen von *Talpa* (die nicht Bestandteil der Fusion sein werden) abschließen.
- Ende Juni 2021 hat die *RTL Group* verkündet, dass sie ihr Geschäft in Belgien aufgibt. Neue Eigentümer von *RTL Belgium* sollen die *Groupe Rosel* und *DPG Media* werden. Sie zahlen 250 Millionen Euro für drei Fernseh- und drei Radiosender sowie zwei Streamingangebote und ein Internetportal.

RTL fusioniert in Frankreich M6 mit TF1.

RTL Nederland und Talpa werden fusioniert.

RTL Belgium wird verkauft.

Die Deals in Frankreich, Holland und Belgien müssen noch von den Aufsichtsbehörden genehmigt werden.

Zum Geschäftsverlauf im ersten Quartal 2021 hat *Bertelsmann* keine Zahlenübersicht gegeben. Man zeigt sich aber zufrieden. Unter der Pandemie haben vor allem die werbeabhängigen Geschäftsbereiche Rundfunk und Presse gelitten. Trotzdem ist der Konzernumsatz organisch (d. h. ohne Wechselkurs- und Portfolioveränderungen) gegenüber dem Vorjahr um 2,4 Prozent auf 4,2 Milliarden Euro gestiegen. Gegenüber 2019 bedeutet das ein Wachstum von sieben Prozent. Weitere Angaben zum Gesamtkonzern werden nicht gemacht.

Erstes Quartal 2021: organisches Wachstum

Die *RTL Group* hat von Januar bis März 1,4 Milliarden Euro umgesetzt, was vier Prozent weniger als im ersten Quartal 2020 war. Organisch sei der Umsatz aber um 3,9 Prozent gestiegen. *RTL* steuert ein Drittel zu *Bertelsmanns* Konzernumsatz sei. Die Werbeerlöse sind netto um 6,4 Prozent gesunken, in Deutschland war der Rückgang mit rund 17 Prozent besonders stark. Die Streamingangebote „TV Now“ (Deutschland) und „Videoland“ (Holland) hätten sich hingegen gut entwickelt, heißt es. Die Zahl der bezahlten Abonnements sei um 71 Prozent auf 2,7 Millionen gestiegen. Die entsprechenden Gebühreneinnahmen haben zwar um 40 Prozent über dem Vorjahreswert gelegen, waren mit 52 Millionen Euro allerdings noch recht bescheiden.

Die RTL Group ist pandemiebedingt geschrumpft.

Die Buchsparte *Penguin Random House* hat fürs erste Quartal 2021 einen Umsatzzuwachs von zehn Prozent verbucht. Das dürfte hauptsächlich dem US-Markt zu verdanken sein. Die deutsche *Verlagsgruppe PRH* hat – wie die gesamte hiesige Buchbranche – klar unter dem Vorjahr gelegen.

Im zweiten Quartal 2021 hat Bertelsmann nicht nur Unternehmensteile verkauft, sondern auch in neue Firmen investiert:

- *Babel Finance*, ein chinesischer Finanzdienstleister für Kryptowährungen, hat *Bertelsmann Asia Investments* als Teilhaber gewonnen. Die anderen Investoren tragen illustre Namen: *Dragonfly Capital*, *Sequoia Capital*, *Tiger Global Management* und *Zoo Capital*.
- In Brasilien hat die *Bertelsmann Education Group* 25 Prozent der Anteile und 46 Prozent der Stimmrechte an *Ayfa*, „dem führenden Anbieter für medizinische Aus- und Weiterbildung“, gekauft. Den Erwerb hat man sich 500 Millionen Euro kosten lassen.

ProSiebenSat.1 Media SE

Der geplante Fernsehdeal in Frankreich und Holland zwischen *RTL/Bertelsmann* und *Bouygues* bzw. *Talpa* (siehe oben) berührt auch die Belange der *ProSiebenSat.1 Gruppe*. Sollten dort tatsächlich „nationale Media-Champions“ entstehen, dann dürfte das die Bemühungen der Mailänder *Mediaset SpA* zur Schaffung einer Dachgesellschaft *Media for Europe* (MFE) anfeuern. Die italienische Gruppe, die zu 41,3 Prozent dem Berlusconi-Clan gehört und von ihm beherrscht wird, hat für dieses Vorhaben kürzlich ein großes Hindernis beseitigt, indem sie sich mit der französischen *Vivendi* geeinigt hat. Dieser Streit hatte die Pläne bislang blockiert, nunmehr hat *Mediaset* freie Hand.

Europäische Pläne der Mediaset mit P7S1

Geplant ist die Fusion von *Mediaset Italia* und *Mediaset España* sowie deren Umzug nach Holland. Das Gebilde *MFE* wäre indes unvollständig, solange nicht noch mindestens ein weiterer großer europäischer Fernsehmarkt dazu kommt. *Mediaset* hält derzeit direkt oder auf Umwegen knapp 25 Prozent der Aktien von *P7S1*, eine Aufstockung zur Sperrminorität ist möglich und wohl auch beabsichtigt. Pier Silvio Berlusconi, *Mediaset*-Geschäftsführer und Sohn des Politikers, drängt auf eine engere Zusammenarbeit mit dem Konzern aus Unterföhring. Damit könnte er nicht nur den deutschen Markt bedienen, sondern den gesamten deutschsprachigen Raum.

An der Konzernspitze von *ProSiebenSat.1* besteht erklärtermaßen kein Interesse an derlei Avancen. Der Vorstandsvorsitzende Rainer Beaujean hat sie in einem Interview (FAZ, 26. 5. 2021) rundheraus abgelehnt: „Es gibt keinen Mehrwert, weder im Programm noch im Produkt.“ Allerdings dürfte seine Meinung nicht allzu viel zählen, wenn es wirklich hart auf hart kommen sollte.

Die Geschäftsentwicklung von *P7S1* verläuft derweil zwiespältig. Im ersten Quartal 2021 ist der Umsatz um 1,3 Prozent gestiegen. Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) hat allerdings um 4,8 Prozent abgenommen, der bereinigte Konzernüberschuss sogar um mehr als ein Drittel.

Erstes Quartal 2021: zwiespältig

Der Konzern ist zum wiederholten Mal neu strukturiert worden. Deshalb gibt es keine brauchbaren Vergleichszahlen für 2019. Das Segment „Entertainment“ umfasst jetzt neben den Fernsehsendern und Streamingplattformen samt den zugehörigen Internetauftritten auch den Produktions- und Vertriebskonzern *Red Arrow Studios*. Der war früher separat abgerechnet worden. Das Segment „Dating“ hieß bisher „ParshipMeet Group“ und vereinigt die Partnersuchportale *Parship* (einschließlich *Elite Partner*) und die Neuerwerbung *The Meet Group*. Zum Segment „Commerce & Ventures“ gehört die *NuCom-*

Schon wieder eine neue Konzernstruktur

Group mit ihren diversen Verkaufsplattformen („Amorelie“, „Flaconi“, „Billiger Mietwagen“, „Mydays“ u. a.). Außerdem findet sich in diesem Segment die Investmentgruppe *Seven Ventures*.

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

	2020	2021	2021/20 (%)
Außenumsatz	926	938	+ 1,3
- Entertainment	664	610	- 8,1
- Dating	59	141	> 100
- Commerce & Ventures	203	187	- 7,9
Bereinigtes EBITDA	157	143	- 9,6
- Entertainment	143	97	- 32,2
- Dating	16	33	> 100
- Commerce & Ventures	6	17	> 100
- Überleitung (Holding usw.)	- 8	- 4	-
EBITDA	145	138	- 4,8
Konzernüberschuss	31	66	> 100
- bereinigt	58	37	- 36,2
Nettofinanzschulden	1.968	1.999	+ 1,6

Quelle: Quartalsfinanzbericht der ProSiebenSat.1 Media SE, 12. 5. 2021

Der Bereich „Entertainment“ erzeugt zwei Drittel des Gesamtumsatzes und ist der einzige, der dem Konzern vollständig gehört. An „Dating“ hält *P7S1* nur noch 53 Prozent der Anteile, der Rest liegt beim Finanzinvestor *General Atlantic* und beim früheren Management der *Meet Group*. An der *NuCom Group*, die den größten Teil von „Commerce & Ventures“ ausmacht, hält *General Atlantic* 28 Prozent.

Im zweiten Quartal 2021 hat *P7S1* nach vorläufigen Zahlen den Umsatz um 47 Prozent auf 1.045 Millionen Euro gesteigert. Das bereinigte EBITDA ist von 23 Millionen Euro im Vorjahr auf 165 Millionen gewachsen. Wesentlicher Treiber waren die Werbeerlöse.

Die Bemühungen, beim boomenden Geschäft des Audio-/Videostreamings mitzuhalten, sind offenbar nicht sehr erfolgreich. Das Streamingangebot „Joyn“, das *P7S1* seit 2019 zusammen mit dem US-Konzern *Discovery* betreibt, ist defizitär und bleibt bei den Abonnements deutlich hinter der Konkurrenz „TV Now“ von *RTL* zurück. Im Herbst 2021 wird *Seven.One Audio* zudem die Podcast-Plattform „FYEO“ einstellen, weil sie „auf dem hochdynamischen Audio-Subscription-Markt dauerhaft nicht attraktiv genug ist“, wie Geschäftsführerin Katharina Frömsdorf einräumte.

Im zweiten Quartal zeigten die Kennziffern steil nach oben.

Die Podcast-Plattform FYEO wird dichtgemacht.

Axel Springer SE

In der Berliner Konzernzentrale gab man sich hocheifrig: Im Mai 2021 habe man erstmals mehr als eine Million Digitalabonnements verkauft. Darunter wurden alle „Medienmarken“ des Konzerns zusammengefasst. An der Spitze steht „Bild plus“ mit 540.000, gefolgt von „Welt“ (157.000) sowie „Insider“, „Politico Europe“, „Gründerszene“ und den Portalen der Gemeinschaftsfirma *Ringier Axel Springer Media*. Im Geschäftsbereich „News Media“ erziele *Springer* mehr als die Hälfte der Umsätze mit digitalen Aktivitäten.

Springer meldet eine Million Digitalabos.

Zum Geschäftsverlauf 2020 und danach veröffentlicht der Konzern keine Zahlen. Für 2019 hatte er einen Umsatz von 3,1 Milliarden Euro angegeben. Wie bei anderen Medienunternehmen dürfte dieser im vergangenen Jahr gesunken sein. Das umsatzstärkste Segment war damals noch „News Media“ (Print und digital) mit 1,4 Milliarden Euro gewesen, gefolgt von „Classifieds“ (Kleinanzeigen) mit 1,2 Milliarden. Beim EBITDA hatte Springer 631 Millionen Euro für den Konzern gemeldet, davon 468 Millionen von „Classifieds“ und 139 Millionen von „News Media“.

In ihrem Januar-Heft 2021 zitierte die Zeitschrift „kress pro“ aus einem Gutachten, das die Unternehmensberatung *Ernst & Young* (EY) zur Springer-Hauptversammlung am 26. November 2020 erstellt hatte. Darin wurden die Planzahlen des Managements für 2024 wiedergegeben. Diese dürften zwar zwischenzeitlich zu relativieren sein, sie zeigen aber, wohin die Reise gehen soll. Die Kurzfassung lautet: starker Rückgang beim ehemaligen Kerngeschäft, stattdessen Wachstum bei Rubrikenportalen und Werbung.

Dem entsprechend wird den „Classifieds“ eine Steigerung des Umsatzanteils von 39 Prozent 2019 auf 43,4 Prozent bis 2024 zugesprochen. Das nationale Printgeschäft (Bild, Welt, Zeitschriften) wird hingegen von 798 Millionen auf 520 Millionen Euro schrumpfen. Noch deutlicher ist die vorausgesagte Verschiebung beim EBITDA. Dort hatte Print schon 2019 nur noch 32 Millionen Euro zum Konzernergebnis beigesteuert, für 2024 wird ein Verlust von 29 Millionen eingeplant. Wachsen soll hingegen das internationale Mediengeschäft (Business Insider, Upday u. a.).

Die Prognosen von *EY* für das nationale Mediengeschäft lesen sich dramatisch: Man rechnet nicht nur mit einem drastischen Umsatzrückgang bei Print, man erwartet auch keinen Ausgleich durch Digitalabos und Gebühren: „Die Entwicklung der dazugehörigen digitalen Angebote ist positiv, jedoch erwartet das Management auch langfristig nicht, dass die Rückgänge im gleichen Umfang durch das Digitalgeschäft der Marken kompensiert werden können.“ Denn: „Die fallenden Auflagen führen neben dem Mengenrückgang und somit sinkenden Vertriebs Erlösen zu einem Preisdruck im Bereich der Werbeerlöse.“ Insgesamt geht man zwar von einem gleichbleibenden Umsatzniveau der nationalen Medienmarken von 1,3 Milliarden Euro aus. Allerdings ist darin auch das Preisvergleichsportale „idealo“ enthalten, das mit dem Mediengeschäft nichts zu tun hat.

Springer präsentiert sich als einer der lautstärksten Akteure, wenn es um bezahlte Inhalte für Medienleistungen geht. Entsprechend stolz gab man sich denn auch über die eine Million Digitalabos (siehe oben). Im Gutachten von *EY* zeigt sich allerdings, dass nicht der Vertrieb, sondern Reklame die Stütze des Geschäfts ist und bleibt. Schon 2019 erzielte der Konzern 68,3 Prozent aller Erlöse im Werbegeschäft und nur 26,4 Prozent im Vertrieb. Bis 2024 sollen 12,6 Prozent aus dem Vertrieb kommen und 76,0 Prozent aus Werbung. Bei den Digitalerlösen stammten 2019 rund 354 Millionen Euro aus Reklame und 117 Millionen aus dem Vertrieb.

Dazu passen zwei Neuerungen im Hause Springer:

- Bei der stark schwächelnden Tageszeitung „Die Welt“ wird ab Herbst 2021 die werktägliche Ausgabe nur noch 16 statt bisher 24 Seiten umfassen. Am Samstag soll es eine so genannte Frühausgabe der „Welt am Sonntag“ geben – versehen mit dem Zusatz „Zeitung von morgen“. Für den Sonntag wird diese dann mit „überarbeiteter“ Titelseite, Politik- und Sportteil noch einmal gedruckt und angeboten. Die Abo- und Kioskpreise werden gesenkt. Das Konzept riecht stark nach einem schleichenden Abschied von der gedruckten Ausgabe.

Zahlen aus einem internen Analysepapier zeigen: Das Kerngeschäft wird schrumpfen, Rubrikenportale und Werbung sollen wachsen.

Die Digitalerlöse werden die Printverluste nicht ausgleichen.

„Die Welt“ wird ausgedünnt.

- Am 22. August 2021 soll der Fernsehsender „BILD“ gestartet werden. Er wird werbefinanziert und auf allen Verbreitungswegen zu empfangen sein. Kernelement soll werktags die Nachrichten-Show „Bild Live“ von 9 bis 14 Uhr werden. Er wird der dritte lineale Fernsehkanal des *Springer*-Konzerns sein – neben „Welt“ und „N 24 Doku“.

„BILD“ als neuer analoger TV-Sender

Solche Vorgänge sind vor dem Hintergrund der Eigentumsstrukturen bei *Axel Springer* zu betrachten. Hauptaktionär mit 48,6 Prozent ist der US-Finanzinvestor *KKR*. Die Verlegerin *Friede Springer* und ihr Vorstandsvorsitzender *Mathias Döpfner* haben zusammen 44,4 Prozent. *KKR* hat außerdem in den vergangenen zwei Jahren mit *Leonine* den drittgrößten deutschen Produktionskonzern für Filme und Fernsehsendungen aufgebaut. Je stärker sich *Springer* auf dem Feld „Bewegtbild“ engagiert, desto naheliegender dürfte es für *KKR* sein, beide Unternehmen zu verbinden.

ARD und ZDF

Die Beitragseinnahmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben 2020 minimal über denen der vorangegangenen beiden Jahre gelegen. Seit 2015 ist die Summe praktisch gleich geblieben. Das bedeutet angesichts der Preis- und Kostensteigerung in diesen fünf Jahren eine reale Schmälerung der Finanzierungsbasis. Das hat der *ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice* in seinem Bericht für das vergangene Jahr mitgeteilt. Die Anstalten müssen mit rund acht Milliarden Euro jährlich auskommen, von denen 5,7 Milliarden an die *ARD* (Radio und Fernsehen), zwei Milliarden an das *ZDF*, 232 Millionen an das *Deutschlandradio* und 153 Millionen an die *Landesmedienanstalten* gehen. Eine Anpassung des Beitrags von 17,50 auf 18,36 Euro monatlich ist im Dezember 2020 am Widerstand der CDU-Fraktion im Landtag von Sachsen-Anhalt gescheitert (QB 4/20-2, S. 8). Über eine Klage hiergegen hat das Bundesverfassungsgericht noch nicht entschieden.

Die Beitragseinnahmen sind 2020 gleich geblieben.

Die Verwaltungskosten für den *Beitragsservice* haben sich 2020 auf 176 Millionen Euro belaufen und sind gegenüber 2019 um 0,8 Prozent gestiegen. Von den Gesamterträgen aus dem Rundfunkbeitrag sind 2,2 Prozent hierfür abgeflossen.

Erträge der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (in Milliarden Euro)

2013	7,68
2014	8,17
2015 ¹	8,13
2016	7,98
2017	7,97
2018	8,01
2019	8,07
2020	8,11

¹ Beitragssenkung zum 1. 4. 2015

Quelle: *ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice, Jahresbericht 2020, S. 11, sowie frühere*

Verteilung der Erträge aus Rundfunkbeiträgen 2020 (in Millionen Euro)

Empfänger	Gesamt	Darunter Landesmedienanstalten
Westdeutscher Rundfunk	1.223,7	31,9
Südwestrundfunk	1.064,7	27,8
Norddeutscher Rundfunk	1.019,6	26,6
Bayerischer Rundfunk	961,6	25,1
Mitteldeutscher Rundfunk	612,6	16,0
Hessischer Rundfunk	434,9	11,4
Rundfunk Berlin-Brandenburg	428,9	11,2
Saarländischer Rundfunk	67,8	1,8
Radio Bremen	45,6	1,2
ARD gesamt	5.859,3	153,0
ZDF	2.019,6	-
Deutschlandradio	231,9	-
Gesamt	8.110,7	153,0

Quelle: Beitragservice a. a. O., S. 11

Der Rundfunkbeitrag wird pro Haushalt erhoben, Firmen sind ebenfalls zahlungspflichtig. Es gelten allerdings zahlreiche Ausnahmen. Das Pandemiegeschehen habe sich 2020 noch nicht in den Einnahmen niedergeschlagen, weil beim Bezug von Kurzarbeiter- und Arbeitslosengeld meist noch keine Befreiung vom Beitrag erfolgt. Für das laufende Jahr wird mit deutlich mehr Hartz-IV-Haushalten, die dann nichts bezahlen müssen, gerechnet. Im vergangenen Jahr haben zudem 1.412 Betriebe wegen pandemiebedingter Schließung die Zahlung eingestellt.

Vor dem Hintergrund des Konflikts um die Höhe des Rundfunkbeitrags bekommen die Gegner des öffentlichen Rundfunks Rückenwind. Der Privatmediensverband *Vaunet* verlangte im April 2021, dass der „ungebremsten Expansion der Anstalten vor allem im Online-Bereich“ Grenzen gesetzt werden. Der Digitalverband *Bitkom* forderte in einem Diskussionspapier „eine Fokussierung auf gesellschaftlich relevante Programminhalte“, womit „Bildung, Information, Kultur und Unterhaltung“ gemeint seien. Die *FDP* spricht sich in ihrem Programm zur Bundestagswahl dafür aus, dass sich *ARD* und *ZDF* auf „Nachrichten, Kultur, politische Bildung und Dokumentationen konzentrieren“. Die Zahl der Sender sei zu verringern, die Aktivitäten im Internet einzuschränken.

Forderungen nach Einschränkung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Im Mai 2021 hat die Verwertungsgesellschaft *Corint Media*, die Presseverlagen und Privatsendern gehört, eine medienrechtliche Beschwerde gegen *ARD* und *ZDF* bei den 16 Bundesländern eingereicht. Der Vorwurf: Die Anstalten würden von Digitalplattformen wie *Google* und *Facebook* keine Vergütung für die Nutzung ihrer Inhalte verlangen. So würden sie jährlich Geld in zweistelliger Millionenhöhe verschenken und sich einen Wettbewerbsvorteil gegenüber der privaten Konkurrenz verschaffen. Die Anstalten weisen diese Argumentation zurück: Sie hätten keinen Anspruch aus dem Leistungsschutzrecht von Presseverlagen, die Regelungen des deutschen Urheberrechtsgesetzes von 2013 und der EU-Richtlinie zum Leistungsschutzrecht von 2019 gälten für sie nicht. Eine Entscheidung in dieser Sache steht noch aus.

Verleger werfen ARD und ZDF vor, keine Forderungen nach dem Leistungsschutzrecht zu stellen.

Birte Meier, eine freiberufliche Journalistin, hat eine Verfassungsbeschwerde gegen das ZDF erhoben, weil sie weniger Honorar als ihre Kollegen erhält. In diesem Zusammenhang hat die Anstalt Mitte Juni 2021 eine allgemeine Gehaltsauskunft veröffentlicht. Aus dieser geht hervor, dass 2017 Männer bei vergleichbarer Arbeit im Schnitt 800 Euro mehr verdient haben als Meier, 2019 dürften es 1.500 Euro mehr gewesen sein.

Das ZDF zahlt Männern deutlich mehr als Frauen.

Andere Medienunternehmen

Pantaflix AG

Das Unternehmen ist 2009 unter dem Namen *Pantaleon Entertainment GmbH* mit Sitz in Berlin als Alternative zu den Streamingdiensten *Netflix*, *Amazon Prime* u. a. gegründet worden. Seit 2014 ist es eine Aktiengesellschaft. Gründer und Haupteigentümer sind Marco Beckmann, Dan Maag und Matthias Schweighöfer, 40 Prozent sind Streubesitz.

Die Macher von *Pantaflix* waren mit hochtrabenden Zielen angetreten. „Systemrelevant“ wollte man werden, ein „Milliardenunternehmen“ sei das Ziel, das zur „Top-Anlaufstelle für Filme weltweit“ werde, die man über werbefinanzierte und gebührenpflichtige Plattformen vertreiben wolle. Daraus wurde aber nichts. Das Unternehmen dümpelt dahin, geplante Eigenproduktionen finden nicht statt, die Zugriffszahlen der Streamingplattform liegen „unterhalb der Schwelle zur Messbarkeit“, wie Florian Kerkau, Geschäftsführer der Agentur *Goldmedia*, kürzlich wissen ließ.

Ein Überflieger vor der harten Landung

Mitte Juni 2021 musste *Pantaflix* eine verheerende Bilanz für das Geschäftsjahr 2020 veröffentlichen. Der Umsatz ist binnen Jahresfrist von 28,7 auf 7,8 Millionen Euro eingebrochen, das EBITDA hat sich von minus 8,6 auf minus 7,1 Millionen Euro „verbessert“. Der Schuldenberg summiert sich auf fast 28 Millionen Euro. Gleichwohl sprach der Geschäftsführer Nicolas Paalzow von einer „robusten Entwicklung“ des Unternehmens.

Rudolf Augstein GmbH („Spiegel-Gruppe“)

Das Hamburger Medienhaus gehört mehrheitlich (50,5 Prozent) der *KG Beteiligungsgesellschaft für Spiegel-Mitarbeiter mbH & Co.*, außerdem der *Gruner + Jahr GmbH* (25,5 Prozent) sowie der *Erbengemeinschaft Augstein* (24 Prozent). Es hat das Geschäftsjahr 2020 mit einem Umsatz von 256,4 Millionen Euro abgeschlossen, was einen Rückgang um 10,9 Millionen Euro bzw. 4,1 Prozent bedeutet. Der Jahresüberschuss ist hingegen um 23 Prozent auf 25,5 Millionen Euro gestiegen. Die Beschäftigtenzahl wird mit rund 1.100 angegeben.

Beim „Spiegel“ ist der Umsatz gesunken und der Profit gestiegen.

Die gegensätzliche Entwicklung von Umsatz und Profit wird dem Onlinegeschäft zugeschrieben. Die Werbeerlöse sind 2020 um knapp ein Fünftel auf 81 Millionen Euro eingebrochen, auf die Digitalmedien entfielen 49,4 Millionen. Erfolgreich ist hingegen das Vertriebsgeschäft verlaufen. Einzelverkäufe, Print- und Onlineabos spülten mit 130 Millionen Euro mehr als die Hälfte aller Einnahmen in die Kassen. Allein das Digitalabonnement „Spiegel Plus“ hat um elf Millionen Euro zugelegt.

Die hauseigene Film- und Fernsehproduktion („Spiegel TV“ u. a.) hat im vergangenen Jahr elf Prozent Umsatz verloren und landete bei 35,1 Millionen Euro.

Funke Gruppe GmbH & Co. KG

Beim Pressekonzern in Essen wurden Mitte Juni 2021 klare Eigentumsverhältnisse geschaffen. Die Familie Grotkamp (Petra Grotkamp, Julia Becker, Nora Marx und Niklas Wilcke), der bislang 66,6 Prozent gehörten, wird bis 2024 die Familien Schubries und Holthoff-Pförtner auskaufen und die volle Kontrolle erhalten. Als Preis wurden 280 Millionen Euro kolportiert.

Grotkamp kauft die restlichen Eigentümer aus.

Das Unternehmen, das früher *WAZ-Gruppe* hieß, war über viele Jahre hinweg durch erbitterte Streitigkeiten zwischen den beiden Erbgemeinschaften Brost und Funke, die jeweils 50 Prozent hielten, gelähmt gewesen. Petra Grotkamp hatte 2012 Anteile einiger Brost-Erben gekauft und sich so zwei Drittel der Anteile beschafft.

Das Unternehmen schreibt seit Jahren Verluste (für 2019 fünf Millionen Euro). Die Gründe liegen in der Vergangenheit: Petra Grotkamp musste 2012 für den Erwerb der Konzernanteile 500 Millionen Euro auf den Tisch legen. Die hat sie sich danach aus dem Unternehmen geholt. Zwei Jahre später hat *Funke* 920 Millionen Euro an den *Springer*-Konzern bezahlt, um dessen Regionalzeitungen, Publikumszeitschriften und Onlineportale zu erwerben. Beide Beträge zusammen überstiegen den Jahresumsatz und belasten die Kostenrechnung bis heute. Trotzdem sieht man sich offenbar in der Lage, für viel Geld die restlichen Firmenanteile zu kaufen.

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