



Juli bis September 2023
Teil 2: Konzernübersichten

© Petra Dressler

Es knirscht im Getriebe

Von Gert Hautsch

24. Oktober 2023

Bertelsmann SE & Co. KGaA

Für das Gesamtjahr zeigte sich der Vorstandsvorsitzende zuversichtlich. Zwar sind beim größten deutschen Medienkonzern im ersten Halbjahr 2023 die Profite deutlich geschrumpft, aber am Jahresende – so Thomas Rabe – werde ein operativer Gewinn (vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen; EBITDA) auf Vorjahresniveau stehen. Das wären 3,2 Milliarden Euro. Der Umsatz solle auf etwa 21 Milliarden Euro steigen (2022: 20,3 Milliarden).

Umsatzplus und weniger Profit im ersten Halbjahr

Für das eingetrübte Erscheinungsbild des Konzerns ist in erster Linie die Fernseh- und Unterhaltungstochter *RTL Group* verantwortlich. Sie gehört *Bertelsmann* zu 75,1 Prozent, steht für knapp ein Drittel der Erlöse und war in früheren Jahren die Melkkuh des Unternehmens. Aktuell sticht sie mit negativen Zahlen bei Umsatz und Profit hervor. Die schrumpfenden Werbebuchungen beim Fernsehen und die Konkurrenz der globalen US-Streamingplattformen machen ihr zu schaffen.

Bertelsmann hat im ersten Halbjahr 2023 einen Umsatz von 9,7 Milliarden Euro erwirtschaftet. Das waren 4,5 Prozent mehr als im Vorjahr, um Sonderfaktoren bereinigt waren es 2,3 Prozent plus. Das EBITDA ist um 10,8 Prozent auf knapp 1,3 Milliarden Euro eingebrochen, hauptsächlich wegen der gesunkenen Werbeerlöse. Der Nettoprofit lag mit 260 Millionen Euro sogar um fast die Hälfte unter dem Vorjahresergebnis. Dafür werden „diverse Restrukturierungen“ verantwortlich gemacht, die Geld kosten (z. B. für Sozialpläne); von 150 Millionen Euro ist die Rede. „Hierzu gehörten die Neuaufstellung des Publishing-Bereichs bei RTL Deutschland, die Neuausrichtung des US-Geschäfts bei Penguin Random House und die Tiefdruck-Standortschließungen bei Bertelsmann Mar-

keting Services“, heißt es in einer Pressemitteilung des Konzerns. Mit diesen wohlklingenden Formulierungen sind der Abbau von umgerechnet 700 Vollzeitstellen beim ehemaligen Verlagshaus *Gruner+Jahr*, die Beseitigung von 550 Arbeitsplätzen in der Druckerei Ahrensburg bei Hamburg sowie die Kosten für den gescheiterten Übernahmever-such des US-Buchverlags *Simon & Schuster* gemeint.

Das Fernseh- und Unterhaltungsgeschäft entwickelt sich zum Problembereich für die Konzernführung. Daran ändert es nichts, dass Thomas Rabe in Personalunion Vorstands-schef bei *Bertelsmann* in Gütersloh, bei der *RTL Group* in Luxemburg und bei *RTL Deutschland* in Köln ist. Im ersten Halbjahr 2023 hat die *RTL Group* 5,1 Prozent weniger umgesetzt als im Vorjahreszeitraum, das EBITDA ist um 38,4 Prozent und bereinigt so-gar um die Hälfte gesunken, der Nettoprofit lag um 57 Prozent unter dem des Vorjahrs. In Deutschland war der Rückgang noch drastischer: Das EBITDA ist hier von 191 auf 16 Millionen Euro regelrecht verdampft. Als Konsequenz hat die *RTL Group* ihre Jahres-prognose für 2023 nach unten korrigiert.

Die RTL Group wird zum Pro-blemfall

Auch Umsatzzuwächse gab es bei *Bertelsmann* zu melden, im ersten Halbjahr 2023 haben die Erlöse im Dienstleistungsgeschäft von *Arvato*, im Buchgeschäft *Penguin Random House*, bei der Musiksparte *BMG* und im Bildungsgeschäft *Education Group* zugelegt.

Zuwachs bei Dienstleistungen, Büchern, Musik und Bildung

Wirtschaftszahlen des Bertelsmann-Konzerns im ersten Halbjahr (in Millionen Euro)

	2021	2022	2023	23/22 (%)
Außenumsatz	8.691	9.290	9.705	+ 4,5
- <i>RTL-Group (Audio/Video, Presse)</i>	3.192	3.276	3.109	- 5,1
- <i>Arvato (Technik, Dienstleistungen)</i>	2.436	2.639	2.873	+ 8,9
- <i>Penguin Random House (Bücher)</i>	1.804	1.916	2.098	+ 9,5
- <i>Marketing Services (Ex-Printing-Group)</i>	624	757	689	- 9,0
- <i>BMG (Musik)</i>	296	371	414	+ 11,6
- <i>Education Group (Bildung)</i>	136	231	430	+ 86,2
- <i>Investments</i>	3	211	205	- 2,8
- <i>Corporate Center / Konsolidierung</i>	- 119	- 62	- 113	-
EBITDA (operational)	1.417	1.429	1.275	- 10,8
- <i>RTL-Group (Audio/Video, Presse)</i>	598	610	376	- 38,4
- <i>Arvato (Technik, Dienstleistungen)</i>	400	446	473	+ 6,1
- <i>Penguin Random House (Bücher)</i>	324	257	258	+ 0,4
- <i>Marketing Services (Ex-Printing-Group)</i>	26	14	8	- 42,9
- <i>BMG (Musik)</i>	50	73	90	+ 23,3
- <i>Education Group (Bildung)</i>	44	74	141	+ 93,2
- <i>Investments</i>	36	23	7	- 69,6
- <i>Corporate Center / Konsolidierung</i>	- 61	- 68	- 78	-
EBIT (um Sondereinflüsse bereinigt)	1.929	840	509	- 39,4
Konzerngewinn	1.368	492	260	- 47,2
Investitionen	573	1.115	842	- 24,5
Beschäftigte (30. 6.)	138.567	162.410	164.020	+ 1,0

Quelle: Pressemitteilung der Bertelsmann SE & Co. KG a. A., 31. 8. 2022 und 30. 8. 2023; Online-Halbjahresfinanzbericht 2023, S. 16

Die „Restrukturierung“ des neu hinzugekommenen Verlagsgeschäfts bei *RTL* ist offiziell abgeschlossen, der einstige Großverlag *Gruner+Jahr* ist Geschichte. Der letzte Akt hatte leicht absurde Züge. Das Kunstmagazin „art“ sollte eigentlich an die *Spiegel-Gruppe* (an der Bertelsmann 25,1 Prozent besitzt) verkauft werden. Dort bestand auch reges Interesse an dem Deal, man wollte ein neues digitales Kunstportal um „art“ herum aufbauen. Im letzten Moment entschied sich Thomas Rabe aber dazu, den Titel zu behalten. Das Magazin sei profitabel und gut aufgestellt, man werde es selber weiterentwickeln.

Gruner+Jahr ist endgültig Geschichte.

Das Fußballmagazin „11 Freunde“ ist hingegen an die *Spiegel-Gruppe* abgestoßen worden. Vorher schon war die „P.M.-Familie“ an den Verlag *GeraNova Bruckmann* verkauft worden, der „Business Punk“ ging an die *Weimer Media Group*, den „Salon“ übernahm die Redaktionsleiterin Anne Petersen, und der *Landwirtschaftsverlag Münster* stockte seine Anteile an der *Deutschen Medienmanufaktur* von 50 auf 100 Prozent auf. Die Zeitschrift „Beef“ wurde eingestellt, ebenso wie „Barbara“ und etwa 20 weitere Titel. Der Fernsehkonzern *RTL* konzentriert sich bei seiner „Publishing-Sparte“ künftig auf die Kernmarken „Stern“, „Geo“, „Capital“, „Brigitte“ und „Gala“ sowie deren Ableger.

Die „Restrukturierung“ kostet 700 Vollzeitstellen.

Betroffen sind von alldem rund 700 rechnerische Vollzeitstellen (d. h. mindestens 1.000 Beschäftigte), davon 200 durch den Verkauf von Magazinen und 500 durch Liquidierungen. Das verursacht erhebliche Kosten, die sich – zusätzlich zu den schwachen Werbebuchungen – negativ auf die Halbjahreszahlen 2023 auswirkten. Um das unschöne Erscheinungsbild zu überdecken trumpfte man mit einem Ereignis auf, das eigentlich schon im vorigen Jahr stattfinden sollte: Unter dem eher drögen Namen „RTL+ Max“ wurde die „erste Multimedia App“, bei der „Entertainment All Inclusive“ sein soll, vorgestellt.

RTL will als Multimedia-App auftreten.

In der entsprechenden Pressemitteilung heißt es: „Teil des Pakets sind über 55.000 Programmstunden an Video- und TV-Entertainment, über 120 Millionen Musiktitel und damit alle im Musikstreaming gängigen Kataloge und Künstler:innen, mehr als 100.000 Hörbücher und Hörspiele von Top-Verlagen und -Autoren sowie mehrere tausend Podcast-Formate, darunter rund 200 erfolgreiche Eigenproduktionen von RTL+. Vervollständigt wird das Angebot in Kürze durch Magazintitel von Gruner + Jahr.“

Der letzte Satz weist auf das hin, was fehlt: die Inhalte aus den Redaktionen der Zeitschriften. Schon vor einem Jahr sollte eine multimediale Plattform (damals noch „One App All Media“) starten, auf der die Inhalte der verbliebenen Magazinredaktionen mit denen der Fernsehsender und anderer Bertelsmann-Medien (z. B. Literatur) zusammengeführt sind. Unter anderem damit war die Eingemeindung von *Gruner+Jahr* durch *RTL* gerechtfertigt worden. Das ist gescheitert, wie Thomas Rabe selbst eingestehen musste. Ob es noch gelingen kann, wird sich zeigen.

Die *RTL Group* setzt ihre Hoffnungen auf Videostreaming. Sie hat in den Ausbau des Angebots schon rund eine Milliarde Euro investiert. In laufenden Jahr sollen weitere 350 Millionen Euro fließen, davon der Großteil in Deutschland. Es ist eine Investition in eine ungewisse Zukunft. Der Umsatz der Streamingplattform „RTL+“ wurde im ersten Halbjahr 2023 mit 152 Millionen Euro beziffert, die Investitionen in „Content“ beliefen sich auf 158 Millionen. Bis Jahresende soll es doppelt so viel sein. Die Anzahl der bezahlten Abonnements ist um 34 Prozent auf rund sechs Millionen gestiegen, darunter 4,5 Millionen in Deutschland. Bis 2026 will man zehn Millionen erreichen, und bis dahin soll das Geschäft auch profitabel sein. Allerdings stößt der Markt gerade an seine Grenzen, in Studien ist von Sättigungstendenzen und wachsender Kündigungsbereitschaft bei Abonnements zu lesen. Keine günstigen Bedingungen für aufstrebende Neulinge (siehe Teil 1 dieses Berichts, S. 17 f.).

Das Streaminggeschäft ist eine Wette auf die Zukunft.

ProSiebenSat.1 Media SE

Für den Fernsehkonzern aus Unterföhring läuft es schlecht. Der Umsatzrückgang 2022 und im ersten Quartal 2023 hat sich im zweiten Quartal fortgesetzt. Die Erlöse sind zwischen April und Ende Juni um 17 Prozent auf 868 Millionen Euro gesunken, organisch (bereinigt um Portfolio- und Währungseffekte) waren es zehn Prozent minus. Für das erste Halbjahr ergibt sich ein Rückgang um 15 Prozent, organisch um neun Prozent.

*P7S1 auf
Schrumpfkurs*

Die Profitkennziffern sind noch weniger erbaulich. Das bereinigte EBITDA ist mehr als halbiert worden, beim Nettoergebnis sind aus 101 Millionen Gewinn elf Millionen Verlust geworden. Für das Gesamtjahr 2023 rechnet das Management unter Bert Habets mit einem Konzernumsatz von 4,1 Milliarden Euro. Das entspräche einem Minus von 1,6 Prozent gegenüber 2022 und stützt sich auf die Hoffnung einer Belebung des Werbege- schäfts im Herbst.

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

	2021	2022	2023	23/22 (%)
Außenumsatz	1.986	1.983	1.683	- 15,1
- Entertainment	1.346	1.410	1.119	- 20,7
- Dating & Video	280	262	225	- 14,3
- Commerce & Ventures	360	311	340	+ 9,4
Bereinigtes EBITDA	308	267	133	- 50,3
- Entertainment	239	134	61	- 54,4
- Dating & Video	28	25	18	- 30,4
- Commerce & Ventures	2	1	2	+ 100
- Holding/Sonstiges	-7	- 5	- 1	-
Bereinigtes Konzernergebnis	100	101	- 11	-
Nettofinanzschulden (30. 6.)	2.156	1.881	1.782	- 5,3
Beschäftigte (30. 6.)	8.271	7.800	7.393	- 5,2

Quelle: Halbjahresbericht 2023 der ProSiebenSat.1 Media SE, S. 5, 13, 17, 20

Im Geschäftsbereich *Entertainment*, der zwei Drittel der Gesamterlöse erwirtschaftet, sind die Fernsehsender und die Videoplattform „Joyn“ versammelt. Dort ist das Geschäft besonders stark eingebrochen. Das liegt zum Teil daran, dass im Vorjahr die US-Produktionssparte verkauft worden ist. Aber auch ohne diesen Effekt ist der Entertainment-Umsatz um neun Prozent gesunken, vor allem wegen der hohen Verluste im TV-Werbegeschäft. Dort sind die Erlöse im ersten Halbjahr 2023 von 2,77 auf 2,38 Milliarden Euro bzw. um 16,4 Prozent eingebrochen. Das Segment *Dating & Video* (Kontaktbörsen) ist um 30 Prozent bzw. organisch um 16 Prozent geschrumpft. Dafür werden verschärfte Regeln beim Verbraucherschutz verantwortlich gemacht. Nur der Bereich *Commerce & Ventures* (Verkaufsportale, Wagniskapital) ist gewachsen.

*Hohe Rückgänge
bei der Fernseh-
werbung*

Als Reaktion auf die negative Entwicklung reagiert die Konzernspitze mit Stellenabbau. Um zehn Prozent – rund 400 Vollzeitstellen – soll die Belegschaft verkleinert werden. Dafür machen die beiden Großinvestoren, die sich bei *P7S1* eingemischt haben, stark. Das ist zum einen die *Media für Europe NV* mit Sitz in Amsterdam, die aus dem Mailänder Konzern *Mediaset* hervorgegangen ist und von der Familie Berlusconi kontrolliert wird. Sie hält nach jüngsten Informationen 28,9 Prozent der Aktien bzw. 29,7 Prozent der Stimmrechte bei ProSiebenSat.1 und hat einen Sitz im Aufsichtsrat inne. Nummer zwei ist die *První Privatizační Fond AS (PPF)* in Prag, die Renata Kellnerová gehört. Ihr Anteil wird zwischen 15 und 20 Prozent geschätzt.

*Zehn Prozent
Stellenabbau*

Beide Unternehmen betrachten sich als langfristige Investoren und beanspruchen Einfluss auf die Geschäftspolitik. Sie haben den strategischen Kurswechsel in Richtung auf Entertainment durchgesetzt und wollen ihn verstärken. Das bedeutet, dass die Kontaktbörsen (z. B. „Parship“) und Verkaufsplattformen (z. B. „Flaconi“, „Verivox“) zum Verkauf stehen. Das ist im Prinzip beschlossene Sache, scheitert bislang allerdings am schlechten Börsenumfeld.

Die Großaktionäre MFE und PPF wollen mitreden.

Der PPF-Manager Didier Stoessel hat in einem Interview (FAZ, 24. 8. 23) wissen lassen: „Wir sind sehr angetan von dem, was in den letzten sechs Monaten getan worden ist“. Damit bezog er sich auf die Entlassung des Vorstandsvorsitzenden Rainer Beaujean vor einem Jahr und die Politik seines Nachfolgers Bert Habets. Gleichzeitig forderte er, dass bei P7S1 mehr Geld mit der Monetarisierung der Inhalte verdient werden müsse. Das lineare Fernsehen werde eine bedeutende Rolle behalten, nicht zuletzt weil auch die globalen Streaminganbieter an ihre finanziellen Grenzen stießen. Dazu müssten freilich die Inhalte besser werden. So etwas geschehe „nicht über Nacht. Dafür braucht man die richtigen Leute, einen detaillierteren Aktionsplan, den umzusetzen das Management hofentlich in der Lage sein wird“, ließ Stoessel ausrichten.

Die Tochterfirma *Jochen Schweizer Mydays GmbH (JSM)* hat im Frühjahr 2023 dafür gesorgt, dass „aufgrund regulatorischer Fragestellungen“ zu ihrem Geschäftsablauf der Mutterkonzern *ProSiebenSat.1* die Veröffentlichung des Jahresabschlusses 2022 verschieben musste (QB 1/23- 2, S. 6). Das Unternehmen vertreibt Erlebniscoupons und war durch überzogene Angebote, die finanziell nicht gedeckt waren, in Schieflage geraten. Über die aktuelle Entwicklung ist nichts bekannt geworden, aber *JSM* hat Mitte August 2023 ihre Tochterfirma *Regiondo* an einen kanadischen und einen australischen Investor verkauft. Das Unternehmen vertreibt Buchungssoftware für Reiseanbieter.

Regiondo ist verkauft worden.

Axel Springer SE

Der *Springer-Konzern* hat im Juli 2023 für Aufmerksamkeit in der Fachwelt gesorgt, als er über seine Tochterfirmen *Stepstone* und *Appcast* die US-Firma *Bayard Advertising* kaufte. Die ist nach eigenen Angaben ein weltweit führender Anbieter von Technik und Dienstleistungen im Geschäftsfeld „Programmatic Job Advertising“. Damit ist die vollautomatische Ausspielung von Stellenangeboten in Form von Werbebannern auf den Bildschirmen möglicher Interessenten gemeint. Mit der Übernahme stärkt *Springer* seine Stellung auf dem US-Markt.

Springer hat Bayard Advertising gekauft.

Das Geschäft mit der Jobvermittlung übers Internet ist schon länger ein bedeutsames Geschäftsfeld von *Axel Springer*. Seit 2009 gehört der ursprünglich norwegische Konzern *Stepstone* zum Berliner Medienhaus, er betreibt mehr als 40 Stellenbörsen in über 30 Ländern und gehört zu den globalen Marktführern. *Stepstone* sollte eigentlich schon im vergangenen Jahr an die Börse gebracht werden, um Geld zu beschaffen. Das scheiterte bislang an den Rahmenbedingungen, bleibt aber erklärtes Ziel. Der Erwerb von *Bayard Advertising* stärkt die Position von *Stepstone* und macht das Unternehmen wertvoller.

Stepstone wartet auf den Börsengang.

„Bereits in wenigen Monaten“ will *Springer* das deutsche Publikum mit „Politico“ beglücken. Dieses Unternehmen ist 2007 in den USA als Tageszeitung gestartet, hat sich dann aber rasch als Digitalmedium umprofilieren. Es richtet sich in erster Linie an die wirtschaftlichen und politischen Eliten des Landes und ist wirtschaftlich erfolgreich. *Springer* hat 2014 zusammen mit *Politico* eine Gemeinschaftsfirma in Brüssel gegründet, die eine

„Politico“ kommt nach Deutschland.

Webseite betreibt und eine Wochenzeitung herausgibt. Im August 2021 kaufte *Springer* schließlich *Politico* für 881 Millionen Euro. Der Preis war überhöht und bedeutete eine Wette auf die Zukunft: Nur wenn sich der (Börsen-)Wert sehr stark steigert, kann sich die Investition lohnen. Ohne die Unterstützung seines Großaktionärs *KKR* (48,5 Prozent) wäre der Deal nicht möglich gewesen.

Um seinen Wert zu steigern wird sich *Politico* international ausbreiten – nicht zuletzt nach Deutschland. Die Marke werde ihren „transatlantischen Expansionskurs fortsetzen und den Einfluss in Europa weiter vergrößern“, teilt *Springer* mit. Berlin werde „Teil der Liste an Machtzentren“ werden, in denen das Medium „einzigartige Einblicke hinter die Kulissen des Politikbetriebs“ bieten werde.

Das soll zusammen mit der Firma *Media Pioneer* erfolgen. Diese ist 2019 von dem Journalisten Gabor Steingart in Berlin gegründet worden; *Springer* hält an ihr eine Minderheitsbeteiligung. Steingart ist bestens im Berliner Politikbetrieb vernetzt, er hat das Hauptstadtbüro des „Spiegel“ geleitet und stand an der Spitze der *Handelsblatt-Gruppe*. Auch ideologisch dürfte er gut zu Springer-Chef Mathias Döpfner passen: Beide sorgen regelmäßig mit schrillen Meinungen für Aufmerksamkeit.

Das wahrscheinliche Szenario wird sein, dass „Die Welt“ mit dem neuen Medium aus den USA zusammengelegt wird. Die Tageszeitung leidet seit längerer Zeit an einem rapiden Auflagenschwund, konnte aber ihre Abonnentenzahl für das Onlineportal erhöhen. Deshalb würde eine Verschmelzung gut passen. Mathias Döpfner hat mehrfach wissen lassen, dass das Ende der gedruckten Zeitungen für ihn nur noch eine Frage der Zeit ist. Der Online-Nachrichtendienst *Business Insider*, den *Springer* 2015 gekauft hat, wird dabei ebenfalls eine Rolle spielen.

In dieses Szenario passt eine Meldung vom Anfang Oktober 2023, nach der sich *Springer* an einer Übernahme der britischen *Telegraph Media Group* interessiert zeigt. Die Zeitungsgruppe wird zwangsversteigert, weil die Eigentümerfamilie Barclay einen Kredit nicht zurückzahlen kann oder will. Der Berliner Konzern hat sich bei der Investmentbank *Goldman Sachs*, die die Versteigerung organisiert, angemeldet. Der aufgerufene Preis von 600 Millionen Pfund (knapp 700 Millionen Euro) ist offenbar kein Hinderungsgrund.

Springer will um den „Telegraph“ mitbieten.

Springer hatte schon 2014 versucht, die *Telegraph Group* zu kaufen, war damals aber von *Barclay* überboten worden. Sollte man diesmal zum Zug kommen, dann würde die Position auf dem anglo-amerikanischen Medienmarkt deutlich ausgebaut. Das ist das Ziel Mathias Döpfners und des hinter ihm stehenden Finanzinvestors *KKR*.

Etwa zeitgleich hat sich *Springer* aus der Schweiz verabschiedet. Der 35-Prozent-Anteil an der *Ringier Axel Springer Schweiz AG* ist an den Miteigentümer *Ringier AG* verkauft worden. Die bisherige Gemeinschaftsfirma betreibt 20 der reichweitenstärksten Zeitschriften und Portale der Schweiz, darunter „Beobachter“, „Handelszeitung“, „Bilanz“, „cash.ch“, „Tele“, „Schweizer Illustrierte“, „Landliebe“, „Glückspost“, „L'illustré“ und „PME“. In Polen bleibt die Zusammenarbeit mit *Ringier* einstweilen bestehen. Dort betreiben die beiden Verlagshäuser gemeinsam (50/50 Prozent) Medienmarken mit Digitalfokus und Anzeigenportale.

Rückzug aus der Schweiz

Andere Medienunternehmen

Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH

Die FAZ hat das Jahr 2022 mit roten Zahlen abgeschlossen. Die hohen Papierpreise und die Kosten für den Umzug des Verlags in ein neues Gebäude hätten das Ergebnis belastet, wurde mitgeteilt. Zudem hätten „die widrigen politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen“ für Gegenwind gesorgt.

Vor Steuern ist 2022 ein Verlust von 6,7 Millionen Euro entstanden. Für 2021 war ein Gewinn von 16,8 Millionen Euro gemeldet worden. Das Unternehmen stehe aber weiterhin „auf einem festen Fundament“ und verfüge über eine „ansehnliche Eigenkapitalquote von 44,2 Prozent“ (Vorjahr 46,9 Prozent). Zum Umsatz 2022 hat das Unternehmen keine Angaben gemacht. Im Vorjahr war er mit 233,6 Millionen Euro beziffert worden.

Trotz Verlustabschluss „festes Fundament“

Bei der Digitalisierung habe es Fortschritte gegeben, ließ die Unternehmensführung wissen. Mitte 2023 habe man rund 250.000 Digitalabos gezählt, was einen Zuwachs um 17 Prozent bedeutet. Für das bezahlte Angebot „FAZ+“ haben sich 115.000 Personen entschieden, die restlichen Digitalabos waren E-Papers. Die Zahl der verschickten Newsletter liegt mit rund 600.000 um ein Drittel über dem Wert von 2021. Der „Podcast für Deutschland“ kommt auf 70.000 Abrufe täglich. Für ihre „Digitaloffensive“ hat der Verlag seit Mitte 2021 mehr als 30 zusätzliche Stellen in der Redaktion geschaffen. Wie sich die Größe der Gesamtbelegschaft entwickelt hat, wird nicht gesagt.

Zuwachs beim Digitalen

Die Filmstudios Babelsberg AG ...

... in Potsdam haben Ende August 2023 von einer bedrohlich schlechten Geschäftslage berichtet. Es gebe seit Monaten keine Produktionen, wofür hauptsächlich der anhaltende Streik bei den US-amerikanischen Drehbuchautoren und Filmschauspielern verantwortlich sei. Die Filmstudios bei Berlin sind die älteste Filmproduktionsstätte in Deutschland (seit 1911), waren nach dem Ende der DDR an die *Treuhandanstalt* gegangen und 1992 an den französischen Konzern *Compagnie Générale des Eaux* (später *Vivendi*) veräußert worden. Die verkaufte sie 2004 an die Beteiligungsgesellschaft *FBB Filmbetriebe Berlin-Brandenburg* GmbH (Carl Woebcken und Christoph Fisser). Die wiederum brachten die Studios 2005 an die Börse, die Aktie wurde aber wegen schlechter Performance 2016 von dort wieder genommen. Sechs Jahre später hat dann das Finanzkapital in Gestalt der *TPG Real Estate Partners* die Mehrheit der *Studio Babelsberg AG* gekauft. Die Investoren haben die Anteile an ihre Tochterfirma *Kino Bidco* übertragen, die die unternehmerische Leitung innehat.

Bedrohliche Geschäftslage in Babelsberg

Zur aktuellen Lage gibt es von *TPG* bzw. *Bidco* laut dem Brandenburger Wirtschaftsministerium keine klare Aussage. Der Filmemacher Volker Schlöndorff sprach von „allerhöchster Gefahr“ für das Unternehmen. Der Schauspielerestreik in den USA ist Ende September beendet worden, der der Autoren noch nicht; ob demnächst wieder Aufträge nach Babelsberg fließen werden, muss sich zeigen.

Mehrere Insolvenzen ...

... haben für Aufmerksamkeit gesorgt, weil sie als Mahnzeichen für die Lage der Printmedien insgesamt gesehen werden.

- In Hamburg hat Ende Juni 2023 der *Emotion Verlag* GmbH die Zahlungsunfähigkeit erklären müssen. Als Gründe nannte die Geschäftsführerin Katarzyna Mol-Wolf die bekannten negativen Rahmenbedingungen: Inflation, steigende Kosten, rückläufige Werbeerlöse. Zudem seien einige Investoren im letzten Moment abgesprungen und größere Mediadeals nicht zustande gekommen. Der Geschäftsbetrieb wird fortgesetzt, die Frauenzeitschrift „Emotion“ (Auflage 53.000) soll weiter erscheinen. Emotion Verlag
- Zeitgleich wurde in Mönchengladbach das Insolvenzverfahren in Eigenverwaltung über die *Busch Glatz Germany* GmbH eröffnet. Der Verlag bringt Branchentitel wie „Meedia“ und „Blickpunkt Film“ heraus. Das Unternehmen war schon länger in finanziellen Schwierigkeiten. Der Mitgesellschafter Torsten Glatz ist aus dem Unternehmen ausgeschieden, sein Kompagnon Timo Busch will mit Unterstützung der *Bayerischen Beteiligungsgesellschaft* die Titel kaufen und in eigener Regie weiterführen. Busch Glatz
- Die *Wissenschaftliche Buchgesellschaft* in Darmstadt hat Mitte Oktober 2023 wegen drohender Zahlungsunfähigkeit den Antrag auf Insolvenz gestellt. Als Grund wurde neben rückläufigen Bestellungen eine gescheiterte IT-Umstellung genannt. Die Einrichtung der neuen Anlage habe zu schwerwiegenden Problemen bei Auslieferung und Rechnungsstellung geführt und einen Engpass erzeugt. Die *WBG* hat die Rechtsform eines wirtschaftlichen Vereins durch staatliche Verleihung des Landes Hessen. Sie zählt zu den größten Buchgemeinschaften im deutschsprachigen Raum mit – nach eigenen Angaben – etwa 65.000 Mitgliedern. Wissenschaftliche Buchgesellschaft
- Zwei Zeitschriftenverlage haben Insolvenz anmelden müssen, konnten sich aber durch spektakuläre Solidaritätsaktionen zumindest einstweilen retten: das Infografik-Magazin „Katapult“ aus Greifswald und das Satiremagazin „Titanic“ aus Frankfurt am Main. In beiden Fällen gab es nach öffentlichen Hilferufen Unterstützung durch Prominente und Aufmerksamkeit in großen Medien. Im Ergebnis kamen zahlreiche neue Abonnements zustande, durch die eine Zahlungsunfähigkeit abgewendet werden konnte. „Katapult“ und „Titanic“ vorläufig gerettet

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