



Juli bis September 2024  
Teil 2: Konzernübersichten

© Petra Dressler

## Axel Springer geteilt durch zwei

Von Gert Hautsch

22. Oktober 2024

Deutschland ist, was die Auskunft über die Strukturen in der Medienwirtschaft angeht, weitgehend eine „Black Box“. Es existiert keine amtliche Statistik, Analysen von Verbänden und Agenturen blenden wichtige Daten aus und sind oft nicht vergleichbar. Besonders zu den Eigentumsstrukturen der Medienunternehmen sind die Informationen rar, erst recht wenn es um die Verflechtungen geht. Deshalb ist es erfreulich, dass vom internationalen „Media Ownership Monitor (MOM)“ seit September 2024 auch eine deutsche Fassung existiert.

*Neu: der „Media Ownership Monitor“*

Das Projekt MOM war 2015 von der deutschen Sektion von *Reporter ohne Grenzen* gegründet worden und wurde anfangs vom *Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung* gefördert. Betrieben wird es von der Organisation *Global Media Registry* in Wiesbaden. Es gibt inzwischen etwa 30 landesbezogene Ausgaben. Die deutsche Version wird vom „Medieninsider“ aus dem Hause *Axel Springer* produziert (<https://germany.mom-gmr.org/de/>).

Das deutsche Angebot befindet sich noch im Aufbau. Die entscheidende Frage wird die nach den Quellen sein. Da es offizielle Daten nicht gibt und die Redaktion vermutlich keine eigenen Erhebungen machen kann, wird sie auf Sekundärquellen angewiesen

sein. Diese sind spärlich und werden noch rarer, in jüngster Zeit sind mehrere wertvolle Studien, die seit vielen Jahren erschienen waren, beendet worden (Buchbranche, Zeitungen, Publikumszeitschriften).

## Bertelsmann SE & Co. KGaA

Die Reihe geplatzter Fusions- oder Übernahmeprojekte *Bertelsmanns* ist im September 2024 verlängert worden. Im vergangenen Jahr waren schon aus unterschiedlichen Gründen die Übernahmen des US-Buchkonzerns *Simon & Schuster*, die Fusion globaler Callcenter (*Majorel/Sitel*) sowie die Zusammenschlüsse von Fernsehsendern in Frankreich und den Niederlanden unter *RTL*-Regie gescheitert (QB 4/23-2, S. 3). Nun musste auch die im April 2024 angekündigte Übernahme des Fernsehsenders „Nickelodeon“ durch die *RTL-Group* abgesagt werden. Das *Bundeskartellamt* (BKA) hatte ein Verbot angekündigt, woraufhin *Bertelsmann* und *Paramount* ihre Anmeldung zurücknahmen. Die Begründung des BKA: „Super RTL“ habe jetzt schon eine dominierende Stellung auf dem TV-Werbemarkt für Kinder, durch „Nickelodeon“ würde sie noch verstärkt.

*Keine Übernahme von „Nickelodeon“ durch RTL*

Trotz dieses erneuten Flops hat das Management nach der Veröffentlichung der Halbjahreszahlen 2024 seine Prognose für das Gesamtjahr angehoben. Man rechne mit einem deutlichen Zuwachs bei Umsatz und Gewinn, verkündet der Vorstandsvorsitzende Thomas Rabe.

In den ersten sechs Monaten 2024 ist der Umsatz um 7,5 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert gesunken. Das lag am Verkauf der *Majorel*-Anteile, der beim Geschäftsbereich *Arvato* zu Buche schlägt. Organisch, also ohne solche Effekte, ist der Konzernumsatz um 3,7 Prozent gewachsen. Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) ist um zwei Prozent gesunken, der Nettogewinn ist von 260 auf 416 Millionen Euro gestiegen, lag aber noch unter dem Wert von 2022. Der starke Rückgang bei der Beschäftigtenzahl ist auf den *Majorel*-Verkauf zurückzuführen.

*Organisches Umsatzwachstum*

Die Tochter *Bertelsmann-Investments* hält derzeit 374 „aktive Beteiligungen“. Im ersten Halbjahr sind 15 Neu- und Folgeinvestitionen erfolgt. Ihr Umsatz ist um fast die Hälfte auf 300 Millionen Euro gestiegen.

Der mit Abstand (35 Prozent Umsatzanteil) größte Geschäftsbereich ist die *RTL Group* mit Sitz in Luxemburg. *Bertelsmann* hält 75,1 Prozent der Aktien. Sie hat das erste Halbjahr 2024 mit einem leichten Umsatzwachstum (1,8 Prozent) abgeschlossen, nachdem es im Vorjahr noch nach unten gegangen war. Das operationale EBITDA ist leicht geschrumpft, weil mehr ins Programm investiert worden ist. Für die Tendewende hat die Fernsehwerbung gesorgt. Mit 1.093 Millionen Euro sind 4,7 Prozent mehr als im Vorjahr hereingekommen. Die Einnahmen aus der Filmproduktion sind leicht auf 957 Millionen gesunken, mit Streaming wurden 185 Millionen Euro eingenommen – ein Zuwachs um 41,9 Prozent. Die deutsche Streamingplattform „RTL+“ hat die Zahl ihrer Abonnements um knapp ein Viertel auf 5,6 Millionen steigern können. Sie soll bis 2026 die Gewinnschwelle überschreiten.

*Auch die RTL-Group nimmt wieder mehr ein.*

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

	2022	2023	2024	24/23 (%)
Außenumsatz	9.290	9.705	8.975	- 7,5
- RTL-Group (Audio/Video, Presse)	3.276	3.109	3.174	+ 2,1
- Penguin Random House (Bücher)	1.916	2.098	2.276	+ 8,5
- Arvato (Technik, Dienstleistungen)	2.639	2.873	1.867	- 35,0
- Marketing Services (Ex-Printing-Group)	757	689	538	- 21,9
- BMG (Musik)	371	414	459	+ 10,9
- Education Group (Bildung)	231	430	470	+ 9,3
- Investments	211	205	300	+ 46,3
- Corporate Center / Konsolidierung	- 62	- 113	- 108	-
EBITDA (operational)	1.429	1.275	1.249	- 2,0
- RTL-Group (Audio/Video, Presse)	610	376	372	- 1,1
- Penguin Random House (Bücher)	257	258	291	+ 12,8
- Arvato (Technik, Dienstleistungen)	446	473	321	- 32,1
- Marketing Services (Ex-Printing-Group)	14	8	15	+ 87,5
- BMG (Musik)	73	90	122	+ 35,6
- Education Group (Bildung)	74	141	180	+ 27,7
- Investments	23	7	30	> 100
- Corporate Center / Konsolidierung	- 68	- 78	- 81	-
EBIT (um Sondereinflüsse bereinigt)	840	509	680	+ 33,6
Konzerngewinn	492	260	416	+ 60,0
Investitionen	1.115	842	1.013	+ 20,3
Wirtschaftliche Schulden	.	4.713	6.072	+ 28,8
Beschäftigte (30. 6.)	162.410	164.020	78.271	- 52,3

Quelle: Pressemitteilung der Bertelsmann SE & Co. KG a. A., 30. 8. 2023 und 29. 8. 2024; Online-Halbjahresfinanzbericht 2024, S. 16 ; eigene Zusammenstellung

Kurz vor der Bekanntgabe der Halbjahreszahlen hat die *RTL-Group* mitgeteilt, dass bis Anfang 2026 „RTL+“ auf eine neue Technikplattform „Bedrock“ gezogen werden soll. Diese bedient schon die RTL-Streamingdienste in Frankreich („M6+“), den Niederlanden („Videoland“) und Ungarn („RTL+“). Die Umstellung wird mit Personalabbau verbunden sein. Intern ist von rund hundert Stellen die Rede, eine Bestätigung gibt es nicht.

*Personalabbau bei „RTL“ zu erwarten*

Bei den Investitionen will *Bertelsmann* klotzen. Ursprünglich waren für den Zeitraum 2021 bis 2026 zwischen fünf und sieben Milliarden Euro vorgesehen, von denen 4,8 Milliarden schon ausgegeben worden sind. Nun wurde das Budget auf acht Milliarden Euro angehoben.

*Höheres Investitionsbudget*

**ProSiebenSat.1 Media SE**

Der Unterföhringer Unterhaltungskonzern ist im dritten Quartal 2024 stark in den Handel mit Nahrungsmitteln für Mensch und Tier eingestiegen. Über seine Investmenttöchter hat er sich am Berliner Startup *Formo*, das einen veganen Käse unter die Leute bringt, beteiligt, ebenso an der *Dude Food Company* in Hamburg, die Tierfutter vertreibt. In beiden Fällen werden die Anteile nicht mit Geld, sondern mit Sendezeit für Werbung („Media for Equity“) bezahlt.

*Investments abseits der Medienmärkte*

Die Geschäfte im ersten Halbjahr 2024 sind besser gelaufen als erwartet. Und das, obwohl die Werbeeinnahmen nur um ein Prozent gestiegen sind. Der Konzernumsatz hat

5,4 Prozent höher als vor einem Jahr gelegen, das bereinigte EBITDA sogar um fast ein Viertel, und beim Nettoergebnis ist aus einem Verlust im Vorjahr ein kleiner Gewinn von 33 Millionen Euro geworden. Sogar die Nettoverschuldung konnte um fast 200 Millionen verringert werden.

*Wachstum im ersten Halbjahr 2024*

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

	2022	2023	2024	24/23 (%)
Außenumsatz	1.983	1.683	1.774	+ 5,4
- Entertainment	1.410	1.119	1.165	+ 4,2
- Dating & Video	262	225	205	- 8,8
- Commerce & Ventures	311	340	404	+ 18,6
Bereinigtes EBITDA	267	133	165	+ 22,7
- Entertainment	134	92	116	+ 26,2
- Dating & Video	25	39	31	- 19,9
- Commerce & Ventures	1	6	29	> 100
- Holding/Sonstiges	- 5	- 4	- 13	-
Bereinigtes Konzernergebnis	101	- 11	33	-
Nettofinanzschulden (30. 6.)	1.881	1.782	1.595	- 10,5
Beschäftigte (30. 6.)	7.800	7.393	6.893	- 6,8

Quelle: Halbjahresbericht 2024 der ProSiebenSat.1 Media SE, S. 11, 14

Die positiven Zahlen dürften dem Vorstand unter Bert Habets etwas Luft im Machtkampf mit den Großaktionären *MFE* und *PPF* verschafft haben. Diese hatten auf der Hauptversammlung Ende April 2024 das Management an die Wand gedrückt (QB 2/24-2, S. 4 f.). Zwar verfehlte ein Antrag zur Zerschlagung des Unternehmens die erforderliche Dreiviertelmehrheit knapp, etliche andere wichtige Beschlüsse sind aber gegen den Widerstand des Vorstands gefasst worden.

In erster Linie geht es darum, so genannte Randaktivitäten zu verkaufen, um die Einnahmen zu erhöhen. Dabei handelt es sich um die Geschäftsbereiche „Commerce & Ventures“ und „Dating & Video“. Sie tragen etwa ein Drittel zum Konzernumsatz bei und waren eigentlich dazu gedacht, die Abhängigkeit vom schwankenden Werbegeschäft zu verringern. Das zählt aber für die Großaktionäre nicht, *MFE* möchte *P7S1* ohnehin in einen europäischen Fernseh- und Videoanbieter unter seiner Regie integrieren. *PPF* will vermutlich einfach nur viel Geld kassieren.

*Die Großaktionäre verlangen den Verkauf von „Randaktivitäten“.*

Dem Druck in diese Richtung kann sich der Vorstand nicht entziehen. Kurz vor der HV im April hatte Habets bekannt gegeben, dass der Verkaufsprozess für die Onlineportale *Verivox* (Preisvergleiche) und *Flaconi* (Kosmetikversand) eingeleitet worden sei. Zum Fortgang dieses Vorhabens gibt es keine Informationen. Allerdings ist im August 2024 der Vorstandschef von „Commerce & Ventures“, Friedrich Thoma, verabschiedet worden. Sein Nachfolger Tim Rhoenisch plant einen Verkauf der beiden Plattformen in den nächsten zwölf bis 18 Monaten. Weitere „Randaktivitäten“ dürften bald folgen. Vorausgesetzt, das Börsenklima stimmt.

## Axel Springer SE

Nun ist es doch recht schnell gegangen: Mitte Juli 2024 war bekannt geworden, dass *Springer*-Vorstandschef Mathias Döpfner mit dem Finanzinvestor *KKR* über eine Aufspaltung des Berliner Medienhauses verhandelt (QB 2/24-2, S. 6). Zwei Monate später hat der Aufsichtsrat eine „Neuausrichtung“ der *Axel Springer SE* beschlossen, die genau dem entspricht, was von *KKR* gefordert worden war. Das Unternehmen aus New York war 2019 bei *Springer* eingestiegen und etablierte sich mit 48,5 Prozent der Anteile als Hauptaktionär. Später hatte es 12,9 Prozent davon an den kanadischen Fond *PCCIB* weitergereicht, was aber an den Machtverhältnissen nichts änderte. Die Zeitspanne für Firmenbeteiligungen liegt bei Finanzinvestoren zwischen fünf bis sieben Jahren. Deshalb will *KKR* bald Geld sehen und macht Druck. Die Aufspaltung soll bis Mitte 2025 abgeschlossen werden.

*„Neuausrichtung“ nach dem Wunsch von KKR*

Derzeit besteht der *Springer*-Konzern aus drei Geschäftsbereichen: „News Media“ (Bild, Welt, Politico, Business Insider, Idealo, Bonial u. a.) mit 55 Prozent Umsatzanteil 2021, „Classifieds Media“ (Stepstone, Aviv/Immowelt, u. a.) mit 39 Prozent Anteil und „Marketing Media“ (Awin) mit fünf Prozent. Der Classifieds-Bereich soll in ein eigenständiges Unternehmen umgewandelt werden, das im wesentlichen *KKR* und *PCCIB* gehören wird; *Springer* darf eine nicht bezifferte Minderheitsbeteiligung behalten. Ob auch Marketing Media dazu kommen soll, ist unklar. Die *Axel Springer SE* wird auf das Mediengeschäft beschränkt und soll zu 98 Prozent Friede Springer und Mathias Döpfner sowie zu zwei Prozent den Enkeln Axel Springers gehören.

*Der Springer-Konzern wird aufgespalten.*

Für die Finanzinvestoren wird das Ganze ein Bombengeschäft werden. *KKR* hat 2019 für seinen Einstieg etwa 3,3 Milliarden Euro bezahlt, in den Jahren danach gab es Investitionen von 1,9 Milliarden Euro, z. B. für den Erwerb von „Politico“ (wieviel davon *Springer* selbst bezahlt hat, wird nicht mitgeteilt). Das Gesamtunternehmen *Axel Springer SE* wird derzeit auf einen Börsenwert von 13,5 Milliarden Euro geschätzt. Davon gehen mehr als zehn Milliarden Euro auf das Konto der Classifieds und nur knapp 3,5 Milliarden auf den Rest. Bei einem Verkauf (ob an der Börse oder einen Folgeinvestor) werden wie bisher sein. *KKR* und *PCCIB* also ihren Einsatz mindestens verdoppeln können.

Und der Restkonzern? Er wird auf ein Umsatzvolumen von rund zwei Milliarden Euro gestützt werden und in der Rangfolge nach *Burda* und *Bauer* kommen. *Springer* hat die letzten Geschäftszahlen im Bundesanzeiger für 2021 veröffentlicht. Damals lag der Umsatz bei 3,4 Milliarden Euro. In den beiden Folgejahren hat es jeweils – vor allem wegen „strategischer“ Übernahmen – zweistellige Wachstumsraten gegeben, der Umsatz 2023 hat vier Milliarden Euro betragen. Wie viel davon auf News Media entfiel, ist nicht bekannt, mehr als die Hälfte wird es nicht sein.

*Der Springer-Restkonzern wird höchstens halb so groß wie bisher sein.*

Für die „neue“ *Axel Springer SE* wird es finanziell eng werden. Der Classifieds-Bereich ist der deutlich profitablere Geschäftsbereich. Sein Verlust wird den Spielraum für Investitionen einschränken. Zwar wird in den Mitteilungen und Kommentaren zur Aufspaltung positiv hervorgehoben, dass *Springer* nun wieder ein rein familiengeführtes Unternehmen sein werde. Es ist aber fraglich, ob das lange so bleibt. Der „Meedia“-Chefredakteur Gregory Lipinsky hatte im Juli vermutet, dass auch *Axel Springer* bald wieder an die Börse gehen wird, zumindest teilweise. Der Grund: Finanzbedarf.

Der Konzern hat 2021 für „Politico“ einen überhöhten Preis von 881 Millionen Euro bezahlt. Das war eine Wette auf die Zukunft: Das Vorhaben kann nur gelingen, wenn die Plattform in absehbarer Zeit erfolgreich an die Börse gebracht werden kann, und zwar in New York. Dazu muss sie sehr schnell wachsen und ihren Unternehmenswert steigern.

Von 30 bis 50 Prozent war unter Experten die Rede, andernfalls werde das Ganze zum Flop.

Ein Börsendebüt jenseits des Atlantiks dürfte den Ambitionen Mathias Döpfners entsprechen. Der wäre gerne ein „global player“ und hat für *Springer* große Pläne („weltweit der führende digitale Verlag“). Er wird das Mediengeschäft global ausrichten, mit dem Schwerpunkt in den USA. Seit Februar 2024 hat der Konzern in New York ein „Headquarter“. Den Kern werden die dortigen Marken „Politico“, „Morning Brew“ und „Business Insider“ bilden, die hiesige Bild/Welt-Gruppe wird nur noch nebenher mitlaufen. Gerüchte über mögliche Verkaufsabsichten der hiesigen Pressemarken sind im Juli 2024 zwar heftig dementiert worden, sie würden aber ins Bild passen.

*Döpfner wäre gern ein „global player“.*

Die „Financial Times“ schrieb am 14. 9. über den „german billionaire Mathias Döpfner“ (dem amerikanischen „billionaire“ entspricht das deutsche „Milliardär“): „*Döpfner, who sits on the boards of Netflix and Warner Music Group and has forged a friendship with Elon Musk, seeks to expand his footprint in the English-language media market, particularly in the US.*“ („Döpfner, der in den Aufsichtsräten von Netflix und der Warner Music Group sitzt und mit Elon Musk befreundet ist, möchte seine Präsenz auf dem englischsprachigen Medienmarkt, insbesondere in den USA, ausbauen.“)

## Öffentlich-rechtlicher Rundfunk

So, wie es aussieht, könnte das Manöver funktionieren: Der Rundfunkbeitrag, die Finanzgrundlage für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, wird nicht erhöht, ohne dass das Recht allzu offensichtlich gebrochen werden muss. Die zuständigen Bundesländer sitzen die Sache aus, sie entscheiden einfach nicht. Dazu sind sie zwar verpflichtet, das hat das *Bundesverfassungsgericht* (BVerfG) in mehreren Urteilen (zuletzt 2021) klargestellt (QB 2/24-2, S. 9; QB 4/23-2, S. 8 f.). Aber sie tun es nicht in der Erwartung, dass *ARD* und *ZDF* es nicht wagen werden, erneut das Gericht anzurufen.

*Keine Erhöhung des Rundfunkbeitrags 2024*

Die *Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Medienanstalten* (KEF), ein Organ der Bundesländer, hatte festgelegt, dass der Beitrag um 58 Cent auf 18,94 Euro monatlich zu erhöhen sei. Er gälte dann für die Jahre 2025 bis 2027. Schon damit würden die gestiegenen Kosten der vergangenen Jahre nicht ausgeglichen, eine Nicht-Erhöhung müsste zu dramatischen Einschnitten beim Angebot führen.

Um von diesem Zusammenhang abzulenken ist schon vor einigen Jahren und verstärkt seit 2023 von Politikern verschiedener Parteien und von den meisten privaten Medien eine Kampagne losgetreten worden. Mit ihr soll unter dem Schlagwort „Reformstau“ der öffentliche Rundfunk delegitimiert werden. Diskutiert wird dabei nur über Möglichkeiten zur Beschneidung des Angebots, vom Rundfunkbeitrag ist keine Rede mehr.

*Kampagne gegen den ÖR.*

Mitte September 2024 haben die Rundfunkkommissionen der Bundesländer den Entwurf eines „Reformstaatsvertrags“ beschlossen. In Medienberichten hierzu hatte es geheißt, dass über eine Anpassung des Rundfunkbeitrags erst entschieden werden solle, wenn die durch die Reform erzielten Einsparungen greifen. Das wäre irgendwann im kommenden Jahrzehnt. Die federführende Medienstaatssekretärin von Rheinland-Pfalz, Heike Raab, dementierte das allerdings: Die Umsetzung der KEF-Empfehlung sei Bestandteil des Reformstaatsvertrags. Da dieser aber frühestens im kommenden Jahr in Kraft treten könne, sei eine Erhöhung ab Januar 2025 nicht möglich. Ein eigener Beschluss hierzu erübrige sich.

*Entwurf zum „Reformstaatsvertrag“*

Der Vertragsentwurf enthält „eine qualitative Stärkung des Auftrags und quantitativ eine erhebliche Begrenzung“. Es sollen 20 Hörfunkkanäle und die Hälfte der zehn TV-Spartensender abgeschaltet werden. Zu letzterem könnte auch eine Fusion von „3sat“ und „Arte“ gehören. (Dass *Arte* sich auf einen Staatsvertrag zwischen Frankreich und Deutschland gründet, scheint dabei nicht zu interessieren.) Beschlüsse sollen Ende Oktober 2024 auf einer Konferenz der Regierungschefinnen bzw. -chefs der Bundesländer getroffen werden.

*Sender sollen abgeschaltet werden.*

Wenn 20 Radiosender wegfallen, bleiben nach derzeitigem Stand 53 übrig. An Fernseh-Spartensendern gibt es derzeit „ZDF Neo“, „ZDF Info“, „One“, „ARD alpha“, „tageschau24“, „Phoenix“, den „Kinderkanal“, die junge Digitalplattform „Funk“ und die Kultursender „3sat“ und „Arte“. Welche Sender am Ende abgeschaltet werden, schreiben die Politiker nicht vor. Sie geben nur das Sparziel an, die Entscheidungen dürfen die Anstalten selbst treffen.

Der Reformentwurf enthält auch Vorschläge, wie die Ausgaben für Sportrechte gedeckelt und wie Gehälter von Senderchefs und die Rundfunkbeiträge künftig festgesetzt werden können. Zu den Details gibt es allerdings noch keine Einigung, das soll bei der Konferenz Ende Oktober festgelegt werden.

(...) Die Finanzierung folgt dem Auftrag. Reformen müssen einen zukunftsfähigen öR ermöglichen, der den Bedarfen der sich wandelnden Bevölkerung entsprechend ein Vollprogramm auf den maßgeblichen Ausspielwegen anbietet. Reformen einem selbst auferlegten Spardiktat entsprechend zu formulieren – damit muss Schluss sein.

Festangestellte und freie Mitarbeitende müssen endlich in die Reform einbezogen werden. Diejenigen, die das Programm produzieren, wissen, wie die Sender funktionieren, wo Potenziale für Effizienz liegen – und sie wollen die Entwicklung des öR konstruktiv begleiten. Nötig ist die angemessene Beteiligung der Beschäftigten in der Reform der Öffentlich-Rechtlichen, etwa in Form eines Beirats der Mitarbeitenden, der regelmäßig die Leistung des Systems evaluiert. (...)

Der Auftrag ist der Digitalisierung anzupassen. Der Programmauftrag für alle öffentlich-rechtlichen Angebote sollte konsequent technologieneutral formuliert werden. Sinnvoll wäre, es den Rundfunkanstalten zu überlassen, ob sie ihren Auftrag über lineare oder nichtlineare Kanäle erfüllen. Bisher bestehende Restriktionen im Digitalen wie die Begrenzung der Verweildauer in den Mediatheken passen ebensowenig dazu wie das Verbot der Presseähnlichkeit. (...)

*Gemeinsame Stellungnahme von ver.di und DGB zur Rundfunkreform, 11. 10. 2024 (Auszug)*

Selbstverständlich will man in den Staatskanzleien den privaten Medienunternehmen auch anderweitig entgegenkommen. Das Textangebot von *ARD* und *ZDF* im Internet wird noch mehr eingeschränkt, der so genannte Sendungsbezug wird noch restriktiver als derzeit gefasst. Unter diesem Begriff wird formuliert, welche Texte auf den Internetseiten überhaupt erlaubt sind. Neu eingeführt wird dabei eine Aktualitätsklausel, der zufolge Texte nur zwei Wochen lang zu lesen sein dürfen. Blicke es dabei, dann würde dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk mittelfristig die Existenzgrundlage in der digitalen Welt entzogen. Das Thema Textangebot ist ein seit Jahren schwelender Konflikt zwischen den Rundfunkanstalten und den Verlegerverbänden, der immer wieder auch vor Gericht ausgetragen wird.

## Andere Medienunternehmen

### Bastei Lübbe AG

Der börsennotierte Publikums-Buchverlag hat seinen Umsatz trotz „einem von Inflation und Konsumzurückhaltung geprägten gesamtwirtschaftlichen Umfeld“ um 10,3 Prozent auf 110,3 Millionen Euro gesteigert. Der Gewinn vor Zinsen und Steuern (EBIT) ist auf 14 Millionen Euro nahezu verdoppelt worden. Die EBIT-Marge konnte deutlich auf 12,7 Prozent erhöht werden. Wachstumstreiber ist das Buchsegment gewesen, das mit 102,9 Millionen Euro (plus 10,9 Prozent) auch den Großteil des Geschäfts ausmacht. Mit Romanheften wurden 7,4 Millionen Euro (plus 2,8 Prozent) erwirtschaftet. Die *Bastei Lübbe* AG befindet sich im Streubesitz und im Besitz von institutionellen Investoren. Zu diesen gehört der Eigentümer der Drogeriemarktkette *Roßmann*, Dirk Roßmann, mit 15,14 Prozent. Er ist als Schriftsteller aktiv und veröffentlicht seine Werke bei *Bastei Lübbe*.

*Deutliches Umsatzwachstum und verdoppelter Gewinn*

### Hubert Burda Media KG

Elisabeth Burda-Furtwängler und Jacob Burda „wollen künftig als aktive Gesellschafter bei Burda eine Rolle spielen“. Das verkündete ihr Vater und Konzerneigentümer Hubert Burda am 18. Juli 2024 bei einem Betriebsfest. Was damit genau gemeint ist, verriet er nicht. Ins operative Geschäft würden die beiden nicht eingreifen. Seit 2017 sitzen sie im Verwaltungsrat, der von Paul-Bernhard Kallen geführt wird. Er bildet zusammen mit dem operativen Vorstand das oberste Führungsgremium des Konzerns. Hubert Burda und seine Kinder halten alle Anteile am Unternehmen.

*Die jungen Burdas wollen eine Rolle spielen.*

*Hubert Burda Media* erzielte 2023 mit rund 10.000 Beschäftigten einen Umsatz von 2,75 Milliarden Euro – knapp sechs Prozent weniger als im Vorjahr. Das Unternehmen ist mit rund 500 Produkten in 18 Ländern aktiv. In Deutschland erscheinen 143 Zeitschriften und digitale Angebote regelmäßig, darunter „Focus“, „Bunte“, „Super Illu“ und „Elle“. Knapp 42 Prozent des Geschäfts steuert der Bereich „Consumer Media“ bei, bei dem die Publikumszeitschriften – print und online – erstellt werden.

Für gedruckte Medien sieht Burda gute Aussichten. Manuela Kamp-Wirtz, die Co-Chefin des *Burda-Verlags* (eines Geschäftsbereichs) ließ Mitte August in einem DPA-Interview wissen: „Wir sind überzeugt davon, dass Print auch über die nächsten zehn Jahre hinaus ein attraktives, profitables Geschäftsmodell bleibt, wenn man es exzellent betreibt.“ Und: „In zehn Jahren wird Print noch die Hälfte unserer Ergebnisse ausmachen.“ Den Rest würden Digitalerlöse und „alternative Geschäftsmodelle“ beisteuern.

*Burda steht zu gedruckten Medien.*

Zur aktuellen Lage äußerte sich im selben Interview die zweite Co-Verlagschefin Elisabeth Varn: „Wir sind gut ins Jahr 2024 gestartet, liegen nach den ersten Monaten auf Plan und über dem Vorjahr.“ Das Digitalgeschäft sei um 30 Prozent gewachsen. Ein wichtiges Projekt werde die engere Zusammenarbeit zwischen dem Magazin „Focus“ und dem Onlineportal „focus.de“ sein. Stellenabbau sei dabei nicht geplant.

*Guter Start ins Jahr 2024*

Ein Problembereich ist die Hamburger Konzerntochter *New Work* SE, die das Karrierenetzwerk „Xing“ betreibt. Sie hat im ersten Halbjahr 2024 einen Umsatzrückgang um zwölf Prozent auf 133,7 Millionen Euro und einen Verlust von 7,8 Millionen Euro verbuchen müssen. *Burda* hat im März 2024 seinen Anteil an *New Work* auf 74 Prozent erhöht und strebt eine Komplettübernahme an. Danach soll das Unternehmen von der Börse genommen werden, damit „aufgeräumt“ werden kann.

*Probleme bei New Work/Xing*



## 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 den Medienkonzern *Tele München Gruppe* (TMG), den Kinoverleiher *Universum Film*, die Fernsehproduktionsfirma *i&u TV* sowie die Filmproduktionsfirma *Wiedemann & Berg Film*.

Die *TMG* gehörte zu den Großen der Branche mit einem Gesamtumsatz von 213 Millionen Euro. Zum Portfolio gehörten u. a. der Filmproduzent *Odeon Film*, der Fernsehsender „Tele 5“, die US-Produktionsfirma *Storied Media Group*, die Berliner *Load Studios* und Anteile an „RTL II“. Auch die anderen Erwerbungen spielten in der oberen Liga der jeweiligen Branche mit. Aus alledem schuf *KKR* ein völlig neues Unternehmen namens *Leonine*. Das stand schon 2021 mit 378 Millionen Euro Umsatz an der Spitze der deutschen Produktionskonzerne. Seither hat es sich eine Reihe weiterer Firmen einverleibt.

Aber das war's noch nicht. *KKR* besitzt auch die französische Produktionsfirma *Mediawan*. Die hat im Juni 2024 *Leonine* übernommen. Die fusionierte Gruppe ist in 13 Ländern mit 85 Produktionsfirmen aktiv und kommt auf einen Umsatz von über einer Milliarde Euro. Sie wird zur Spitzengruppe in Europa gehören und den deutschen Markt führen. Damit dürfte der eigentliche Plan von *KKR* aufgehen: durch den Weiterverkauf des neu geschaffenen Großkonzerns Profit in vorher nicht denkbaren Größenordnungen zu kassieren.

Fast zeitgleich mit der Schaffung von *Leonine* erwarb *KKR* für 3,3 Milliarden Euro eine „strategische Beteiligung“ am Springer-Konzern und wurde dort der Hauptaktionär, der die Strategie bestimmte. Die bestand kurz gefasst darin, das Geschäft mit klassischen Medien („Bild“, „Welt“) auslaufen zu lassen, womöglich auch zu verkaufen, und sich zum globalen digitalen Inhaltenanbieter aufzuschwingen – mit dem Hauptsitz in den USA (siehe oben, S. 5). Inzwischen hat *KKR* auch hier erreicht, wofür es eigentlich ging: Der *Springer*-Konzern wird aufgeteilt, der profitabelste Teil geht an den Investor, der ihn für zehn Milliarden Euro oder mehr weiterverkaufen kann. Eine Verdoppelung des eingesetzten Kapitals ist in diesen Kreisen durchaus üblich.

Beide Investments scheinen auf den ersten Blick nichts Besonderes zu sein, sie zeigen das übliche Gebaren von Finanzinvestoren. Der zweite Blick zeigt aber eine neuartige Entwicklung: Unternehmen werden nicht mehr nur gekauft, ausgesaugt, herausgeputzt und profitabel abgestoßen. Investoren wie *KKR* sind mit ihren fast unbegrenzten Finanzmitteln mächtig genug, um sich ganze Medienbranchen zurechtzuschneiden und in ihrem Interesse neu zu strukturieren. So lässt sich die Schraube des Profits höherdrehen. Nichts interessiert dabei weniger als gewachsene Strukturen, publizistische Ansprüche oder die Interessen von Belegschaften und Publikum. Die Medienproduktion wird direkt den Mechanismen der globalen Kapitalverwertung unterworfen.

2019: *KKR* schafft einen neuen Produktionskonzern „*Leonine*“

Mediawan (*KKR*) schluckt *Leonine* (*KKR*)

Fast zeitgleich: der Springer-Deal

Finanzinvestoren schaffen neue Branchenstrukturen im Profitinteresse.

## Springer Nature AG & Co. KGaA

Im vierten Anlauf hat es geklappt: Der Berliner Wissenschaftsverlag, der nichts mit dem *Axel-Springer*-Konzern zu tun hat, ist Anfang Oktober 2024 erfolgreich an die Frankfurter Börse gebracht worden. Der Einstiegskurs der Aktien kletterte im Lauf des ersten Tages auf 24,66 Euro. Das lag über der Angebotsspanne von 21 bis 23,50 Euro. Das Unternehmen kommt damit auf einen Börsenwert von 4,9 Milliarden Euro.

*Geglückter Börsengang im vierten Anlauf*

Dem „Initial Public Offering“ (IPO) war eine jahrelange Hängepartie mit drei vergeblichen Anläufen vorausgegangen. Ein erster Versuch musste im Mai 2018 im letzten Moment abgeblasen werden, weil sich abzeichnete, dass für die Aktie höchstens der Mindestpreis von 10,50 Euro erzielt worden wäre. Ein zweiter Anlauf scheiterte im Frühjahr 2020 an der Pandemie, ein dritter im Oktober 2020 ebenso.

Der Konzern *Springer Nature* (SN) ist 2015 aus einer Fusion von *Springer SBM* (seit 2013 im Besitz des Finanzinvestors *BC Partners*) und großen Teilen der Wissenschafts- und Bildungssparte der *Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck* (Nature Publishing, Palgrave Macmillan und Macmillan Education) hervorgegangen. An der neu gebildeten Unternehmensgruppe hielten *Holtzbrinck* 53 Prozent und *BC* 47 Prozent. Finanzinvestoren geben sich üblicherweise einen Zeithorizont von fünf bis sieben Jahren für ein Projekt. Deshalb war der Börsengang schon 2018 fällig, jede weitere Verzögerung für *BC* ärgerlich.

Die Aktienemission 2024 brachte rund 600 Millionen Euro ein, 400 Millionen davon gehen an *BC Partners*, der seine Beteiligung von 47 auf 36 Prozent abschmelzen lässt. Die *Verlagsgruppe von Holtzbrinck* behält mit 50,6 Prozent die Mehrheit, 13,4 Prozent der Aktien sind nun im Streubesitz. Mit den 200 Millionen Euro, die *SN* selbst mit dem Börsengang einnimmt, sollen Schulden abgebaut werden.

*Einnahmen: 600 Millionen Euro*

Beim jetzigen Stand wird es nicht bleiben, *BC* wird seine restlichen Anteile baldmöglichst abstoßen wollen. Den derzeitigen Kurs vorausgesetzt würde der Investor für sein ursprüngliches Gesamtpaket von 47 Prozent 1,7 Milliarden Euro kassieren. Bei der Übernahme von *Springer SBM* 2013 hat er 3,1 Milliarden Euro bezahlt. Das Engagement wäre somit unter der Rubrik „Flop“ zu verbuchen. Wie *Holtzbrinck* mit seinen Anteilen umgehen wird, muss sich zeigen.

Die Schwierigkeiten an der Börse hängen auch mit der hohen Verschuldung von *Springer Nature* zusammen. Zur Geschäftslogik von Finanzinvestoren gehört es, dass sie den Kaufpreis für ein Unternehmen ebendiesem aufhalsen. Bei *SN* führte das dazu, dass der Schuldendienst einen Großteil der Profite auffraß. Zwischen 2017 und 2023 ist der Konzernumsatz nur von 1,64 auf 1,85 Milliarden Euro gestiegen, der bereinigte Vorsteuergewinn ist von 551 auf 511 Millionen Euro gesunken.

*Springer Nature leidet unter den aufgehängten Schulden.*

Dazu kamen äußere Faktoren: Der Markt für Wissenschaftspublikationen ist gesättigt, er wird von vier globalen Konzernen beherrscht: *RELX*, *Wolters Kluwer*, *Informa* und an vierter Stelle *Springer Nature*. In jüngster Zeit mussten die Konzerne zudem ihr Geschäftsmodell umstellen, weil die Kundschaft erfolgreich den freien Zugriff auf Publikationen („Open Access“) durchgesetzt hat. Unternehmenswachstum ist unter solchen Umständen nur noch durch Aufkäufe möglich, dafür aber wird Geld gebraucht. Dem sollte (und soll) teilweise der Börsengang dienen.

## Suhrkamp Verlag AG

Am 28. September 2024 feierte Suhrkamp in festlichem Rahmen den 100. Geburtstag des Gründers Siegfried Unseld. Am 4. Oktober teilte die Presseabteilung des Verlags mit, dass die bisherigen Mehrheitsownerinnen, die *Siegfried und Ulla Unseld Familienstiftung* und die *Familie Ströher*, ihre Anteile (61 Prozent) an die *Möhrle Group* verkauft haben – mit Wirkung zum 31. Oktober. Deren Eigentümer Dirk Möhle ist ein Hamburger Immobilienunternehmer, der bislang schon 39 Prozent Suhrkamp-Aktien gehalten hatte. Die Stiftung, bzw. deren Vorsitzende Ulla Unseld-Berkéwicz, und die Ströher verlassen den Aufsichtsrat.

*Neuer Eigentümer bei Suhrkamp*

Damit findet ein Machtkampf ein Ende, der nach dem Tod des Verlegers Siegfried Unseld 2002 ausbrach und sich bis 2014 hinzog (Details sind im Wikipedia-Eintrag zum Suhrkamp-Verlag nachzulesen). *Suhrkamp* mit Sitz in Berlin gehört zu den renommiertesten deutschen Verlagen. Für das Geschäftsjahr 2022 war ein Umsatz von 35,4 Millionen Euro gemeldet worden – bei einem Plus von 9,9 Prozent. Die Beschäftigtenzahl lag knapp unter 130. Damals war allerdings schon ein Verlust von 270.000 Euro verbucht worden. Für das Jahr 2023 gilt es als „offenes Geheimnis“, dass ein deutlich höherer Fehlbetrag entstanden ist.

*Zuletzt gab's Verluste.*

Welche Pläne der neue Alleineigentümer mit dem Verlag hat, ist unklar. In einem Interview mit der „FAZ“ beteuerte er, dass er keine Verkaufspläne habe. Im Gegenteil: „Mein Begrüßungsgeschenk für den Verlag ist eine Einlage: Ich investiere eigenes Geld in den Verlag, und zwar sofort, um ihn zu kapitalisieren.“ Offenbar ist das nötig.

## Weltbild GmbH & Co. KG

Nach der Insolvenz im Juni 2024 (QB 2/24-2, S. 11) hat das Unternehmen Ende August 2024 den Geschäftsbetrieb eingestellt. Alle 14 Filialen des einstigen Medienkonzerns und zuletzt immer noch bedeutenden Medienhändlers wurden geschlossen, die Onlineplattform abgeschaltet. Die verbliebenen 440 Beschäftigten (von über 2.000 im Frühjahr) haben ihren Arbeitsplatz verloren. Der Insolvenzverwalter nannte hohe Kosten im operativen Geschäft als Hauptursache, eine Sanierung hätte immense finanzielle Aufwendungen erfordert, zu denen niemand bereit gewesen sei. Am wenigsten wohl der Investor *Droege International* aus Düsseldorf, der das Unternehmen 2014 aus der ersten Insolvenz heraus erworben hatte. Kaufinteressenten haben sich nur für einzelne Markenrechte und Warenvorräte gefunden. Der Vorgang fand angesichts der Größe des Unternehmens und seiner Stellung auf dem Markt in der Medienwelt ein erstaunlich leises Echo.

*Weltbild ist Geschichte. Das Echo war leise.*

---

### 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