

Verleger erwägen 2011 hohe Investitionen

Der Aufschwung zeigt Wirkung. Die deutschen Verlagshäuser fassen wieder verstärkt **Beteiligungen und Firmenübernahmen** ins Auge. Allerdings müssen sie mit gestiegenen Preisen rechnen.

Die Gelder der Werbekunden fließen endlich. Entsprechend denken Medienhäuser nun ebenfalls über Investitionen nach. Im laufenden Jahr wird deshalb das Interesse an Übernahmen und Beteiligungen in der deutschen Verlagsszene deutlich wachsen. Das erwartet zumindest Axel Bartholomäus. Der Geschäftsführer des Frankfurter Consulting-Unternehmens Bartholomäus & Cie. analysiert kontinuierlich das als „Mergers und Acquisitions“ (M&A) geläufige Geschehen in der Medienbranche und hat soeben seinen „Transaktionsmonitor Verlagswesen 2010“ veröffentlicht.

Schon die ersten Tage des Januars deuten auf rege Aktivitäten hin – bis Mitte des Monats registrierte Bartholomäus bereits 16 Transaktionen, darunter etwa die Komplettübernahme von Berlin Online durch den zu M. DuMont Schauberg gehörenden Berliner Verlag. Der gesamte Markt dürfte 2011 nach Prognose des Branchenbeobachters um zehn bis 20 Prozent zulegen. Bei den Verlagsriesen seien größere Investitionen im In- und Ausland zu erwarten, bei kleineren Verlagen zumindest Objektübernahmen. Dabei werden teils offene Türen eingerannt, weil die Preise tendenziell anziehen und die Bereitschaft zu Verkäufen wächst.

Für das abgelaufene Jahr dokumentiert der Transaktionsmonitor dagegen wenig Dynamik: Die Zahl der Deals mit Beteiligung deutscher Verleger schrumpfte von 213 auf 205. Noch stärker rückläufig war das Transaktionsvolumen, das durch

den Umsatz der Kaufobjekte beschrieben wird. „2010 gab es keine Mega-Deals“, so Bartholomäus. Als Folge reduzierte sich der Wert von 4,2 auf 2,5 Milliarden Euro.

Die größte Transaktion 2010 hatte nur ein Volumen von 400 Millionen Euro. Es war das Joint Venture von Axel Springer und dem Schweizer Verlag Ringier zur gemeinsamen Bearbeitung der osteuropäischen Märkte. Beim Höhepunkt des Jahres 2009 fiel der Wert mehr als doppelt so groß aus. Die Londoner Beteiligungsgesellschaften Cinven und Candover hatten damals den Fachinformationsanbieter Springer Science und Business Media veräußert. Immerhin haben Ringier und Springer als Strategie gleich weitere Akquisitionen angekündigt und getätigt: Sie erwarben Lizenzen für osteuropäische *Geo*-Ausgaben und ein Online-Portal in der Slowakei.

Zunehmende M&A-Aktivitäten registrierte Bartholomäus dann bereits in der zweiten Jahreshälfte 2010. Im Dezember wurde es geradezu spannend. So waren der Georg-von-Holtzbrinck-Gruppe im Zuge der Veräußerung der Zeitung *Main-Post* an die *Augsburger Allgemeine* die Absicht des Verkaufs weiterer Regionalblätter nachgesagt worden. Daneben wurde spekuliert, der Hamburger Bauer-Verlag habe ein Auge auf die Magazine des französischen Medienhauses Lagardère sowie auf diverse Printmagazine der britischen BBC geworfen. Weitere nicht abgeschlossene Transaktionen waren Axel Springers geplante Übernahme des französischen Betreibers von Immobilienportalen Seloger.com und Bertelsmanns Veräußerung ausländischer Buchclubs.

Allein die offenen Verfahren lassen Berater, Prüfer und Finanzierungsexperten auf Arbeit hoffen. Im Bereich digitaler Medien hat Holtzbrinck kürzlich ebenfalls Aktivitäten in Aussicht gestellt. Auf der Website des Bundeskartellamts finden sich in der Liste der laufenden Zusammenschlussverfahren etwa der (freigegebene) Anteilerwerb von Aschendorff Medien (*Westfälische Zeitung*) an der Tagesblatt Steinfurt Verlag-Gesellschaft oder die Beteiligung der *Neuen Osnabrücker Zeitung* am regionalen TV-Sender OSI.TV.

Als Treiber des Fusionsmarktes in der Medienbranche sieht Berater Bartholomäus nicht zuletzt die im Zuge des Aufschwungs besseren Finanzierungsmöglichkeiten. Damit be-

SELTEN ÜBER 100 MILLIONEN EURO

Größte Deals mit Beteiligung deutscher Verlage

Volumen in Mio. Euro	
Joint Venture Axel Springer/Ringier ¹	414
Glam Media (Burda)	175
Brands4friends (u.a. Holtzbrinck)	130
Sevenload.com (Burda)	130
Joint Venture Carlsen & Lamich	100
Joint Venture Tonollo/Dittmann	100
Circulo de Leitores (Bertelsmann)	100
Verkauf Main-Post (Holtzbrinck)	100

¹Bündelung des Osteuropa-Geschäfts. Basis für das Volumen ist der Umsatz der Kauf-/Beteiligungsobjekte. Quelle: Bartholomäus & Cie. © W&V

AM HÄUFIGSTEN FACHINFORMATION

Transaktionen nach Medienbereich

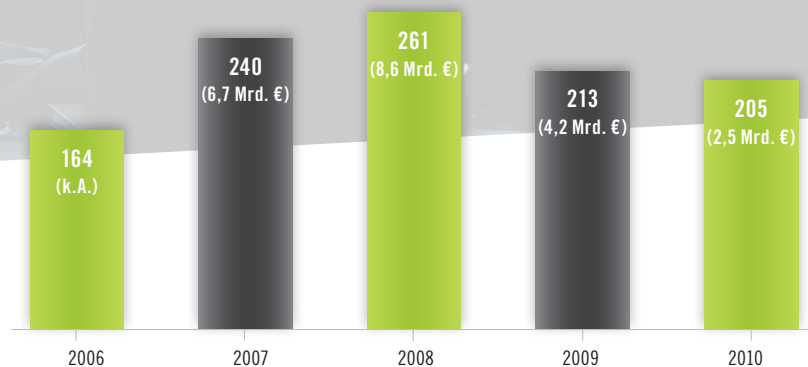
	Anzahl Deals 2010 (2009)	Volumen in Mio. € 2010 (2009)
Fachmedien	53 (55)	139 (1031)
General-Interest-Medien	43 (48)	749 (840)
Special-Interest-Medien	32 (33)	123 (246)
Buchhandel	29 (22)	376 (345)
Buch	20 (16)	56 (172)
Tageszeitungen	13 (19)	700 (1268)
sonstige	15 (20)	ca. 400 (300)
gesamt	205 (213)	2500 (4200)

Werte zum Teil gerundet. Basis für das Volumen ist der Umsatz der Kauf-/Beteiligungsobjekte. Quelle: Bartholomäus & Cie. © W&V



WEITERER RÜCKGANG Übernahmen und Beteiligungen deutscher Verlage

Anzahl der Transaktionen (in Klammer: Volumen in Mrd. Euro)



Basis für das Marktvolumen ist der Umsatz der Kauf- bzw. Beteiligungsobjekte (nicht der Kaufpreis).
Quelle: Bartholomäus & Cie.

© W&V

stunden Möglichkeiten, Wettbewerber zu übernehmen, in neue Geschäftsbereiche wie Digitalformate, Events und Dienstleistungen zu investieren oder im Ausland aufzustoßen. Im überbesetzten Zeitschriftenmarkt rechnet er neben einer Marktberaumung mit Deals im Zuge von Umbaumaßnahmen und Fokussierung der Portfolios.

Wachsender finanzieller Spielraum und mehr Zahlungsbereitschaft kommt natürlich auch bei der Gegenseite gut an: Potenzielle Verkäufer lassen eher mit sich reden, vermutet Bartholomäus – und bei vielen alteingesessenen Verlegern sei die Nachfolge ungeregelt. Bei der Veräußerung klassischer Printmedienmodelle ist aber mit schwierigen Verhandlungen

zu rechnen, warnt der Experte. Durch die Verlagerung von Werbeumsätzen in Online-Medien und neue Geschäftsmodelle im Netz gäbe es bei klassischen Papiermedien tendenziell eine Entwertung, während digitale Medien zulegten. Freilich äußert dieser Trend sich selten so extrem wie bei der Online-Community Facebook, die von der Investment-Bank Goldman Sachs mit 50 Milliarden US-Dollar bewertet wurde.

Als aktivster Firmenhändler trat 2010 die Holtzbrinck-Gruppe auf. Unter den 19 größeren Deals findet sich neben der *Main-Post* die Veräußerung von Anteilen am Shopping-Club Brands4friends. Mit der Beteiligungsgesellschaft Harbour Vest Partners holten sich die Stuttgarter zudem einen finanzkräftigen Partner ins Boot. Martin Weber, Partner von Holtzbrinck Ventures, teilte kürzlich mit, dass er Investitionen in E-Commerce, Mobile und Spiele ins Auge gefasst habe.

Bei der Mediengruppe Axel Springer zählte Axel Bartholomäus insgesamt 14 Deals. Der *Bild*-Herausgeber veräußerte beispielsweise das Finanzmagazin *Euro am Sonntag* an dessen Geschäftsführer Frank-Bernhard Werner. Dieses Vorgehen scheint im Trend zu liegen: „Management-Buy-outs nehmen generell zu“, sagt Bartholomäus. Die weiteren Verlagsgiganten Burda sowie Gruner + Jahr stehen für jeweils neun Deals, Bertelsmann für sieben und Dumont Schauberg für fünf.

Als eher seltener Fall kann das Vorgehen der WAZ-Mediengruppe gewertet werden. Die Essener nannten als Absicht eigentlich einen „geordneten Rückzug“ aus Serbien. Stattdessen stockten sie dort aber zunächst auf und übernahmen Anteile an der Tageszeitung *Vecenje Novosti*.

Christof Wadlinger ▶ cw@wuv.de

Fusionsgespräche

Ob 2010 weniger verhandelt wurde als in den Jahren davor, ist nicht bekannt. Anbieter und Käufer kamen aber seltener zu Abschlüssen.

Investitionen nur in neue Medien

USA: PRINT-PUBLIKATIONEN WENIG GEFRAGT

Das US-Geschäft mit Fusionen und Übernahmen im Medienbereich verzeichnete 2010 eine deutliche Belebung: Laut Jordan, Edmiston Group Inc. stieg die Zahl der Transaktionen in den Märkten Online, Medien und Marketing Services um zwei Fünftel auf 845, das Transaktionsvolumen nahm in ähnlicher Größenordnung zu. Das Plus zeigt sich aber nur bei neuen Medien und Technologien. Unter den klassischen Verlagsaktivitäten schrumpfte die Zahl der Deals bei Publikumszeitschriften von 41 auf 26, im Zeitungsmarkt von 14 auf zehn. Nur bei Fachmedien gab es einen Zuwachs von 20 auf 37, der Wert der Transaktionen fiel aber geringer aus. Die beiden größten Segmente, Marketing/Interactive Services (245 Deals) sowie B2C Online Media & Technology (230) machen allein über die Hälfte aller Transaktionen und gut 45 Prozent des Volumens aus.

2011 könnte das Segment Publikumsmagazine zulegen, etwa wenn der Hearst-Verlag die zum Verkauf stehenden internationalen Magazine des französischen Medienhaus Lagardère (u.a. „Elle“) übernimmt. Andernfalls werden der Hamburger Bauer-Gruppe Chancen eingeräumt.