

Chancen auf Schnäppchen

Die Zahl der **Fusionen und Übernahmen** in der Verlagsbranche ging 2009 deutlich zurück, die Unternehmenswerte schrumpften ebenfalls. Damit sind interessierte Investoren derzeit in einer guten Position.

► Immer mal wieder Gelegenheiten für Verlagsübernahmen zu relativ günstigen Konditionen – so sieht 2010 die Welt für alle am Erwerb eines Medienhauses interessierten Investoren aus. Denn im vergangenen Jahr haben potenzielle Kaufobjekte je nach Geschäftsmodell durchschnittlich zehn Prozent an Wert verloren. Die Zahl der Mergers & Acquisitions (M&A) war nach zwei Jahren Wachstum rückläufig, ebenso das Transaktionsvolumen.

Nur insgesamt 213 Übernahmen und Beteiligungen deutscher Verlage gab es laut dem neuen „Transaktionsmonitor Verlagswesen 2009“ von Axel Bartholomäus. Der Geschäftsführer des Frankfurter Beratungsunternehmens Bartholomäus & Cie. ist spezialisiert auf die Firmenverkaufs- und Kaufaktivitäten der Verleger. Er gibt die umfassende Untersuchung zum Thema jährlich heraus.

Gegenüber 2008, da waren es 261 Transaktionen, zeigt sich somit eine erhebliche Differenz, auch wenn das Niveau noch über dem früherer Untersuchungszeiträume (2005: 138) liegt. 2010 dürften kaum Zuwächse zu verzeichnen sein. „Bisher gibt es keine Signale, die für eine Verbesserung des M&A-Klimas und damit wieder deutlich mehr Transaktionen sprechen“, sagt Bartholomäus. Die Bewertungsniveaus dürften niedrig bleiben. Profis sprechen von einem Käufermarkt.

Die meisten Verlagstransaktionen betrafen 2009 – wie schon davor – Anbieter von Fachinformation: Rund ein Viertel aller „Deals“ entfiel auf diesen Bereich. Es folgen General-Interest-Medien (48). Die Segmente verzeichneten aber durchweg sinkende Zahlen, am deutlichsten ging die M&A-Tätigkeit bei Buchverlagen und

Buchhandel zurück. Das gesamte (am Umsatz der Kauf- oder Beteiligungsobjekte gemessene) Kaufvolumen schrumpfte von 4,5 Milliarden Euro (2008) auf knapp 4,2 Milliarden.

Beinahe hätte der Wert sogar noch geringer ausfallen können, denn er wird durch große Transaktionen kurz vor dem Jahresende beeinflusst. Allen voran steht die Übernahme des Fachinformationsanbieters Springer Science & Business Media, bei der die Investoren EQT (Schweden) und GIC (Singapur) den Konzern von den bisherigen Haltern, den Beteiligungshäusern Cinven und Candover, erwarben. Zuvor schloss Burda sich im Pressevertrieb mit der WAZ-Gruppe und dem Dienstleister Moderner Zeitschriften Vertrieb (MZV) zusammen. Derartige Größenordnungen blieben Ausnahmen.

Die Mehrheit der Transaktionen, 145, hatte Volumen mit jeweils weniger als fünf Millionen Euro – „was bei der stark fragmentierten Struktur vieler Verlagssegmente nicht überrascht“, so Bartholomäus. Das waren etwa Minderheitsbeteiligungen an Online-Portalen sowie Käufe von Magazintiteln oder Buchprogrammen. Die Verantwortlichen dürften meist deutsch verhandelt haben, denn in 174 Fällen ging es um das Inland. Am häufigsten fanden sich Komplettübernahmen (39 Prozent) und Beteiligungen (32), getrieben von strategischen Zielen: Bei gut der Hälfte war das Kaufmotiv das Festigen der Marktposition. Bei einem Drittel sollten die bisherigen Medienformate oder Zielgruppen erweitert werden. Nur fünf Fälle führten Verlage in neue Geschäftsfelder und Diversifikation; ebenfalls bei fünf mischten Finanzinvestoren mit.

An Attraktivität verloren haben auch Transaktionen mit digitalen Geschäftsmodellen: Die Zahl schrumpfte 2009 von 81 (2008) auf 57. Digitalformate hatten damit zwar einen hohen Anteil am Geschehen in der Verlagsbranche. „Dieser Anteil stieg allerdings erstmals nicht an“, sagt Bartholomäus. Die größten Transaktionen im Umfeld betrafen bol.com (Holtzbrinck Networks und Weltbild-Gruppe überließen ihre Anteile am niederländischen Internet-Händler dem Investmentfonds Cyrte Investments), Stepstone (Axel Springer stockte auf) und Buch.de (Thalia übernahm Anteile von Bertelsmann).

Die eifrigsten Käufer waren ähnlich wie in den Jahren zuvor die Großverlage, allen voran Burda und die Holtzbrinck-

SPRINGER SBM AM GRÖSSTEN

Transaktionen nach Umsatz der Kaufobjekte

Ca.-Jahreserlös in Mio. Euro (teilweise geschätzt)	
Springer SBM (an EQT/GIC)	892
Burda, WAZ, MZV (Joint Venture)	500
Holtzbrinck ¹	400
Axel Springer Beteiligungen ²	310
bol.com (Weltbild/Holtzbrinck geben ab)	40
Berliner Zeitung u.a. (an M. Dumont)	35
Stepstone (A. Springer stockt auf)	21,6

¹Dieter von Holtzbrinck übernimmt von seinem Halbbruder Verlagsgruppe Handelsblatt, Tagesspiegel sowie 50% der Zeit.

²Madsack übernimmt div. Regionalzeitungsbeteiligungen von Axel Springer. Quelle: Bartholomäus & Cie.

© W&V

FACHMEDIEN AM HÄUFIGSTEN

M&A-Transaktionen nach Segmenten und Typen

Anzahl	2009	2008
Segmente		
Fachmedien	55	58
General Interest	48	54
Special Interest	33	32
Buchhandel	22	37
Tageszeitung	19	20
Buchverlage	16	29
Sonstige	20	31
Transaktionstypen		
Übernahme	81	107
Beteiligung	71	98
Titelkauf	37	32
Programmkauf	18	15
Joint Venture	6	9

Transaktionen soweit bekannt. Quelle: Transaktionsmonitor Verlagswesen 2009, Bartholomäus & Cie.

© W&V



VIER TRANSAKTIONEN PRO WOCHE

Fusionen und Übernahmen in der Verlagsbranche

Wie häufig kauf- und verkaufswillige Verleger 2009 hinter verschlossenen Türen gemeinsam am Verhandlungstisch saßen, ist nicht bekannt. Einig geworden sind sie sich in 213 Fällen. Gegenüber dem Vorjahr zeigte sich damit bei Fusionen und Übernahmen im Verlagswesen ein Rückgang von nahezu einem Fünftel. Das Kaufvolumen (gemessen am Umsatz der Übernahmeobjekte) schrumpfte bedingt durch Großfusionen in geringerem Ausmaß um etwa sieben Prozent auf knapp 4,2 Milliarden Euro.

Quelle: Transaktionsmonitor Verlagswesen 2009, Bartholomäus & Cie.

© WUV

Gruppe. Die Medienhäuser hatten ihre Aktivitäten aber alle reduziert. Ganz zum Erliegen dürften diese aber 2010 nicht kommen: „Die großen Verlagsgruppen werden die derzeit niedrigen Bewertungsniveaus nutzen, um ihre strategischen Wachstumsvorhaben umzusetzen“, so Bartholomäus. Anders als bei kleineren Marktteilnehmern würden dabei weiter digitale Geschäftsmodelle und Ausland im Vordergrund stehen.

Obwohl Bartholomäus in allen Marktsegmenten Verlage ausmacht, die durch Zukäufe wachsen wollen und über erfor-

derlichen Mittel verfügen, erwartet er bei den M&A-Aktivitäten angesichts der vorsichtigen Prognosen zur Werbemarktentwicklung kurzfristig keine Belebung. Die Trends dürften bleiben: überwiegend kleine Deals, mehr Objektkäufe, Festigung der eigenen Marktposition im Inland; dabei seien die Anforderungen an die Zukunftsfähigkeit der potenziellen Kaufobjekte hoch und die Preisvorstellungen oft sehr verschieden. Kaufverhandlungen bleiben also trotz allem zäh.

Christof Wadlinger ▶ cw@wuv.de

GIGANTEN WENIGER AKTIV

M&A-Aktivitäten der großen Verlagsgruppen

	registrierte Transaktionen gesamt 2009 (2008) ¹	Transaktionen klassische Formate 2009 (2008) ¹	Transaktionen digitale Formate 2009 (2008) ¹	Transaktionen Ausland 2009 (2008) ¹
Axel Springer	6 (8)	2 (2)	4 (5)	5 (6)
Georg von Holtzbrinck	11 (18)	1 (3)	10 (13)	0 (1)
Hubert Burda Media ²	12 (12)	1 (1)	11 (11)	3 (7)
Bertelsmann	2 (9)	0 (8)	2 (1)	1 (6)
Gruner + Jahr ³	2 (11)	2 (2)	0 (3)	1 (6)
M. DuMont Schauberg	6 (8)	1 (0)	5 (8)	0 (0)
WAZ-Gruppe	3 (9)	3 (4)	0 (2)	1 (2)

¹Transaktionen soweit bekannt. Teilweise Überschneidungen der Bereiche, daher abweichende Zahl der Transaktionen gesamt. ²inkl. Tomorrow Focus. ³inkl. Motor-Presse.
Quelle: Transaktionsmonitor Verlagswesen, Bartholomäus & Cie.

© WUV

Viele Zahlen bleiben geheim

ZU DEN PREISEN FÜR FIRMENVERÄUSSERUNGEN FEHLEN OFT DIE DETAILS.

„Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart“, so heißt es vielfach nach vollzogenen Deals. Aber nicht immer: Unter den bekannten Fällen 2009 ragt – wie auch beim Umsatz des Kaufobjekts (siehe Tabelle linke Seite) – der Deal Springer Science & Business Media heraus: Der Preis für den Konzern betrug etwa 2,3 Milliarden Euro. Als die Verlagsgruppe Madsack von Axel Springer mehrere Minderheitsbeteiligungen an Tageszeitungen (Lübecker Nachrichten, Kieler Nachrichten, Leipziger Volkszeitung) übernahm, gab sie als Gegenwert 275 Millionen Euro. Für das niederländische Portal bol.com winkten den Verlagsgruppen Weltbild und Holtzbrinck (beide davor zu 50 Prozent beteiligt) etwa 200 Millionen. Die deutschen Aktivitäten der britischen Mecom-Gruppe von David Montgomery (u.a. Berliner Zeitung) waren dem Medienhaus M. Dumont Schauberg rund 152 Millionen Euro wert.