

MARKT

Merger-&-Acquisitions-Studie

Preise für Verlage sinken

buchreport.datei

Mehr digital und international

Die Auswertung der Transaktionsstudie zeigt u.a. folgende Trends:

■ **Digital-Investitionen:** Insgesamt 81 Transaktionen in digitale Medien markieren einen Höchststand. Speziell die großen Presseverlage waren hier sehr aktiv und investierten in vertikale Portale zur Ergänzung ihrer Print-Formate sowie in Online-Werbevermarkter. Auch Fachmedien investierten erstmals in größerem Umfang in Portale.

■ **Internationale Aktivitäten:** Die Vernetzung mit internationalen Verlagsmärkten gewann 2008 deutlich an Fahrt: Die Zahl der grenzüberschreitenden Transaktionen stieg von 48 auf 80. Dennoch konsolidiert sich der deutsche Verlagsmarkt immer noch überwiegend (zu 70%) unter inländischen Unternehmen.

Die Studie „Transaktionsmonitor Verlagswesen 2008“ hat 112 Seiten und ist bei Bartholomäus & Cie. erhältlich: www.ba-cie.de.

2008 ist es zu 261 Übernahmen und Beteiligungen in der deutschen Verlagsbranche und im Medienhandel gekommen, hat das Merger-&-Acquisitions-Beratungsunternehmen **Bartholomäus & Cie.** (Frankfurt) in seiner Studie „**Transaktionsmonitor Verlagswesen 2008**“ gezählt. In dieser Rechnung spielt die Buchbranche allerdings nur eine kleinere Rolle: Die Studie zählt 66 Transaktionen unter Beteiligung von Buchverlagen und Buchhandlungen, mit dem Verkauf der „**Brockhaus Enzyklopädie**“ an **Bertelsmann** als prominentesten Fall.

Die 261 Transaktionen in der Verlags- und Buchhandelsbranche mit einem geschätzten Gesamtvolumen von 8,6 Mrd Euro sind der höchste Wert der letzten fünf Jahre. Fast alle Segmente der Verlagsbranche verzeichneten mehr Transaktionen als im Vorjahr. Am Geschehen hatten die Fachinformationen, wie schon in den Vorjahren, den größten Anteil (58 Transaktionen), gefolgt von den General-Interest-Medien (54), dem Buchhandel (37), den Special-Interest-Medien (32), Buchverlagen (29) und Tageszeitungen (20).

Die Autoren der Studie glauben, dass die starke Entwicklung des M&A-Marktes in der Verlagsbranche, die 2004 begann, etwa Mitte 2008 ihren Höhepunkt überschritten habe: „Ab der 2. Jahreshälfte 2008 führten der Einbruch der Konjunktur und erschwerte Bankfinanzierungen zu einer Verlangsamung der M&A-Tätigkeit. Eine Reihe geplanter großer Transaktionen wurden sogar ganz abgesagt.“ In der Folge seien auch die Kaufpreise für Verlage, die über Jahre kontinuierlich anwuchsen, wieder spürbar rückläufig, wovon anzeigenabhängige Marktsegmente am stärksten betroffen waren.

PERSONALIA

NWB installiert neue Führungsebene



Der **NWB Verlag** hat seine Führungsebene umstrukturiert und parallel eine neue Geschäftsleitungsebene geschaffen. Diese besteht aus dem geschäftsführenden

Gesellschafter **Dr. Ludger Kleyboldt** (37, Mitte) sowie den Prokuristen **Jan Oßenbrink** (38, r.) und **Marc Wendt** (46). Die Verantwortlichkeiten sind wie folgt aufgeteilt:

- Kleyboldt ist für die Ressorts Programme, Medienneutrales Publizieren und Personal zuständig.
- Oßenbrink verantwortet Marketing und Vertrieb.
- Wendt obliegt der kaufmännische Bereich.

NWB ist auf Publikationen zum Steuerrecht, Wirtschaftsrecht und Rechnungswesen spezialisiert.

- **Caroline Mayer** ist in der Geschäftsstelle der **LG Buch** Ansprechpartnerin für die Mitglieder- und Partnerbetreuung. Sie ist auch in der Pressearbeit und im Marketing aktiv. Nach ihrem Buchwissenschaftsstudium hat die gelernte Buchhändlerin in der Pressestelle des **BLV Verlags** gearbeitet. Bei der LG Buch folgt sie auf **Beate Riedel**, die den Verbund verlassen hat (**buchreport** berichtete).

- **Annette Schäfer** (37) verstärkt seit dem 1. Januar die Marketingabteilung des **Arena Verlags**. Im Rahmen der neu geschaffenen Stelle wird sie für alle Online-Marketingmaßnahmen verantwortlich sein und den neuen Internetauftritt des Unternehmens entwickeln. Sie stand zuvor in einer Medienagentur als Assistentin der Geschäftsführung sowie als Personal Assistant in einer Druckerei auf der Gehaltsrolle.



- **Sabine Kahl** (49), seit September 2007 Marketing- und Vertriebsleiterin des **BLV Verlags**, wird das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlassen.



- **Bodo Koplin** hat bereits im November 2008 als Key Account Manager bei der **Ernst Klett Verlagsgesellschaft** in Stuttgart angedockt. Neben **Nicole Schmitutz** vertritt er vor allem die Verlage **Pons** und **Klett Lerntraining** bei den Großkunden im Buchhandel und in den Nebenmärkten. Koplin hat vorher in verschiedenen Vertriebsfunktionen für Publikumsverlage gearbeitet.

Wichtige Personalien stehen in buchreport.

Informationen an personalia@buchreport.de oder Fax: 0231/9056111