

„Der Markt wird neu verteilt“

Transaktionsmonitor:
In den M&A-Deals der Verlage spiegelt sich die Neuordnung ihres Kerngeschäfts wider

Von Katrin Lang

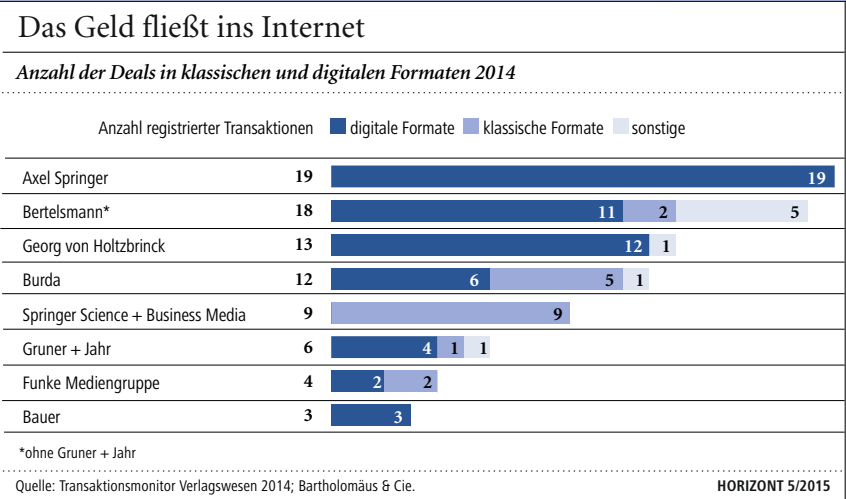
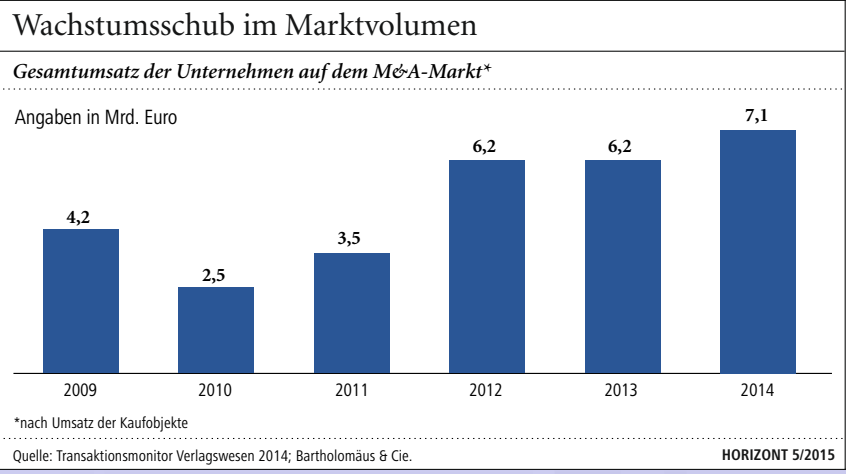
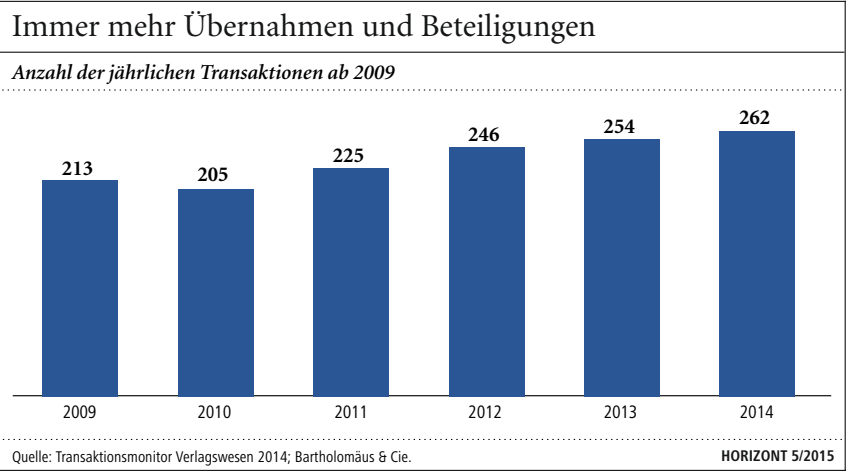
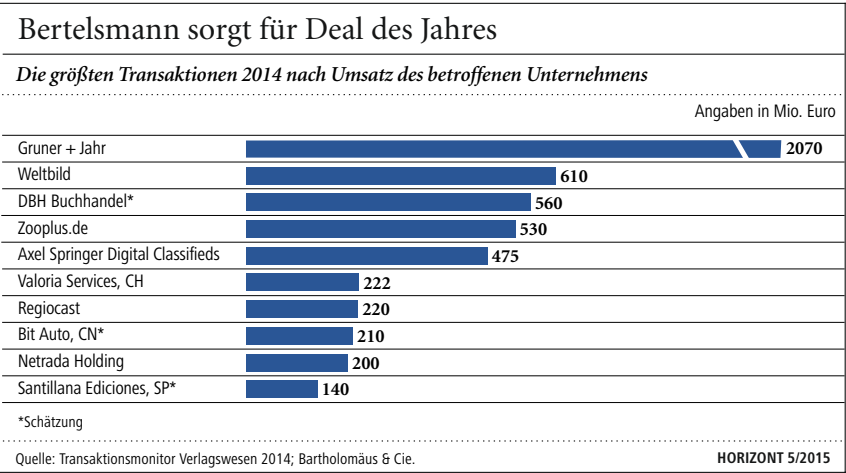
Kaufen, verkaufen, übernehmen, zerschlagen: Das sind Wörter, die exemplarisch für den tiefgreifenden Umbau in der Medienbranche, die Neuordnung des klassischen Geschäfts und die Adaption des Digitalen stehen. Und es sind Wörter, die Verlagsmanagern im vergangenen Jahr recht häufig über die Lippen kamen. Wie häufig, das zeigt der „Transaktionsmonitor Verlagswesen“, den die Unternehmensberatung Bartholomäus & Cie. in diesem Jahr zum elften Mal in Folge vorlegt. Zentrale Erkenntnis: Während sich die großen Konzerne nach und nach von ihrem traditionellen Geschäft trennen, halten die kleinen und mittelständischen Unternehmen noch an den bekannten printbasierten Erfolgsmodellen fest – wer letztendlich den richtigen Weg geht, wird sich noch zeigen müssen.

Insgesamt hat Bartholomäus & Cie. im vergangenen Jahr 262 Übernahmen und Beteiligungen deutscher Verlage registriert, was einem Plus von 3 Prozent gegenüber 2013 entspricht. Die Zahl der Transaktionen ist damit zum vierten Mal in Folge gestiegen, wofür wie schon in den Vorjahren in erster Linie die Publikumsmedien und Tageszeitungen verantwortlich sind. „Sie ordnen ihre klassischen Printgeschäfte neu und investieren gezielt in digitale Geschäftsmodelle mit und ohne unmittelbaren medialen Charakter“, sagt Axel Bartholomäus, Inhaber der Unternehmensberatung. Das gesamte M&A-Marktvolumen, gemessen am Umsatz der Kaufobjekte, nicht am Kaufpreis, ist im Jahr 2014 dadurch deutlich auf 7,1 Milliarden Euro gestiegen (2013: 6,2 Milliarden). Allein 45 Prozent entfal-

len auf zwei große Deals: die vollständige Übernahme von Gruner + Jahr durch Bertelsmann im Oktober auf der einen und die Restrukturierung der insolventen Weltbild-Gruppe auf der anderen Seite. Für Bartholomäus ist der starke Einbruch der M&A-Tätigkeiten infolge der Wirtschafts- und Finanzkrise 2009 damit „endgültig verdaut“.

An der fragmentierten Marktstruktur ändert das jedoch wenig. Wie in den Vorjahren betreffen etwa zwei Drittel aller Deals Unternehmen und Objekte von weniger als 5 Millionen Euro Umsatz, was die unverändert kleinteilige Gesamtstruktur der Medienbranche widerspiegelt. Bartholomäus spricht in diesem Zusammenhang von „einer andauernden Konsolidierung der Branche“. Der Anteil von Übernahmen und Beteiligungen an klassischen Geschäftsmodellen liegt dabei nur noch bei 47 Prozent – vor fünf Jahren waren es 63. Dementsprechend kaum überraschend: Der Digitalbereich ist weiter auf dem Vormarsch und macht 2014 rund 45 Prozent des gesamten Transaktionsgeschehens aus. Treiber der Entwicklung sind vor allem die unter Druck stehenden Tageszeitungen mit 44 Deals inklusive E-Commerce. Doch die Konsolidierung setzt sich mit fünf Transaktionen und drei Fusionen bis ins Presse-Grosso fort. Hier macht die Unternehmensberatung, ein Spezialist für Übernahmen und Beteiligungen in der Medienbranche, besonders den Preis- und Konditionen- druck, den die großen Publikumsverlage auf die Grossisten ausüben würden, für die Verschiebungen verantwortlich.

Das M&A-Geschäft der Verlage selbst taugt wiederum weiterhin als Spiegelbild für die strukturellen Veränderungen innerhalb der Branche, die wohl kein anderes Segment stärker getroffen haben als die Tageszeitungen. Zwischen 2009 und 2014 wurden 16 selbstständige Blätter ganz oder teilweise übernommen, elf Ti-



tel eingestellt. „Der Markt für regionale Tageszeitungen wird unter den Konzernen neu verteilt“, sagt Bartholomäus. Meist übernehmen mittelgroße Medienhäuser lokale und regionale Titel, um unmittelbar Kostensynergien zu realisieren. Im digitalen Bereich investieren die Häuser vor allem im Bereich Geld/Finanzen. Beispielsweise stieg die „Nordwest-Zeitung“ bei Finanzcheck ein, Dieter von Holtzbrinck schnappte sich fünf themennahe Portale.

Bei den Publikumszeitschriften macht sich der Deal zwischen Axel Springer und der Funke Mediengruppe bemerkbar, der nach der Prüfung des Kartellamtes teilweise erst im Jahr 2014 wirksam wurde. Da die Essener im Zuge dessen Programmes an den Klambt-Verlag verkauft haben, schrumpft zwar ihr Marktanteil in der Spitzengruppe – bei den wöchentlich und zweiwöchentlich erscheinenden Titeln sind es aber unverändert sie, die neben dem Hamburger Bauer-Verlag für mehr als die Hälfte der IVW-Gesamtauflage sorgen. Gruner + Jahr, nun vollständig im Besitz von Konzernmutter Bertelsmann, zeichnet sich im M&A-Markt durch einen rapiden Umbau seines Portfolios aus. Die Hamburger ziehen sich im Ausland weitgehend zurück, geben mit G+J Entertainment Media ihre Aktivitäten im B-to-B-Bereich ab und verkaufen das amerikanische Druckereigeschäft Brown Printing. Parallel dazu pusht die Gruppe die Digitalvermarktung, unter anderem mit Bewegtbildvermarkter Advideum in Frankreich. Noch aktiver ist Burda. Die Münchner stärken ihre bestehenden Geschäftsfelder (Wunder Media, C3) sowie die digitalen Angebote, akquirieren gleichzeitig aber auch in Print, unter anderem den Kinderzeitschriften-Verlag Blue Ocean Entertainment.

Der G+J-Verlagssitz am Hamburger Baumwall bot 2014 die Kulisse für den M&A-Deal des Jahres: die Komplett-Übernahme durch Mutterkonzern Bertelsmann



FOTO: GRUNER + JAHR