

**Mecom**

David Montgomery zieht sich aus dem deutschen Markt zurück **22**

**Bavaria**

Geschäftsführer Achim Rohnke über die Pläne der Filmproduktion **23**

**Axel Springer**

„Abendblatt“-Chefredakteur Claus Strunz will Zeitungen verzahnen **24**

HORIZONT 3/2009 | 15. Januar 2009

21

medien

www.horizont.net/medien

Zeitungsverlage werfen Ballast ab

Der **Konsolidierungsdruck** im Printmarkt ist derzeit enorm / Zahlreiche Unternehmen prüfen daher ihre regionalen Beteiligungen

DuMont mit Montgomery, Madsack mit Springer, SWMH mit Holtzbrinck – derzeit laufen zahlreiche Verkaufsgespräche. Schnelles Handeln ist gefragt, bevor die Verkaufswerte weiter sinken.

Der harte Aufprall der Wirtschaftskrise auf das strukturell geschwächte Tageszeitungsgeschäft sorgt im Markt für heftige Erschütterungen. Die Folge: „Der Konsolidierungsdruck ist enorm“, sagt Jochen Preusche, Geschäftsführer der Düsseldorfer Mediaagentur Optimedia. Mit hohem Tempo jagt ein Gerücht um bevorstehende Verkäufe das nächste. Denn um die unruhigen Zeiten einigermaßen unbeschadet zu durchschiffen, überprüfen derzeit nahezu alle Verlage ihre Portfolios.

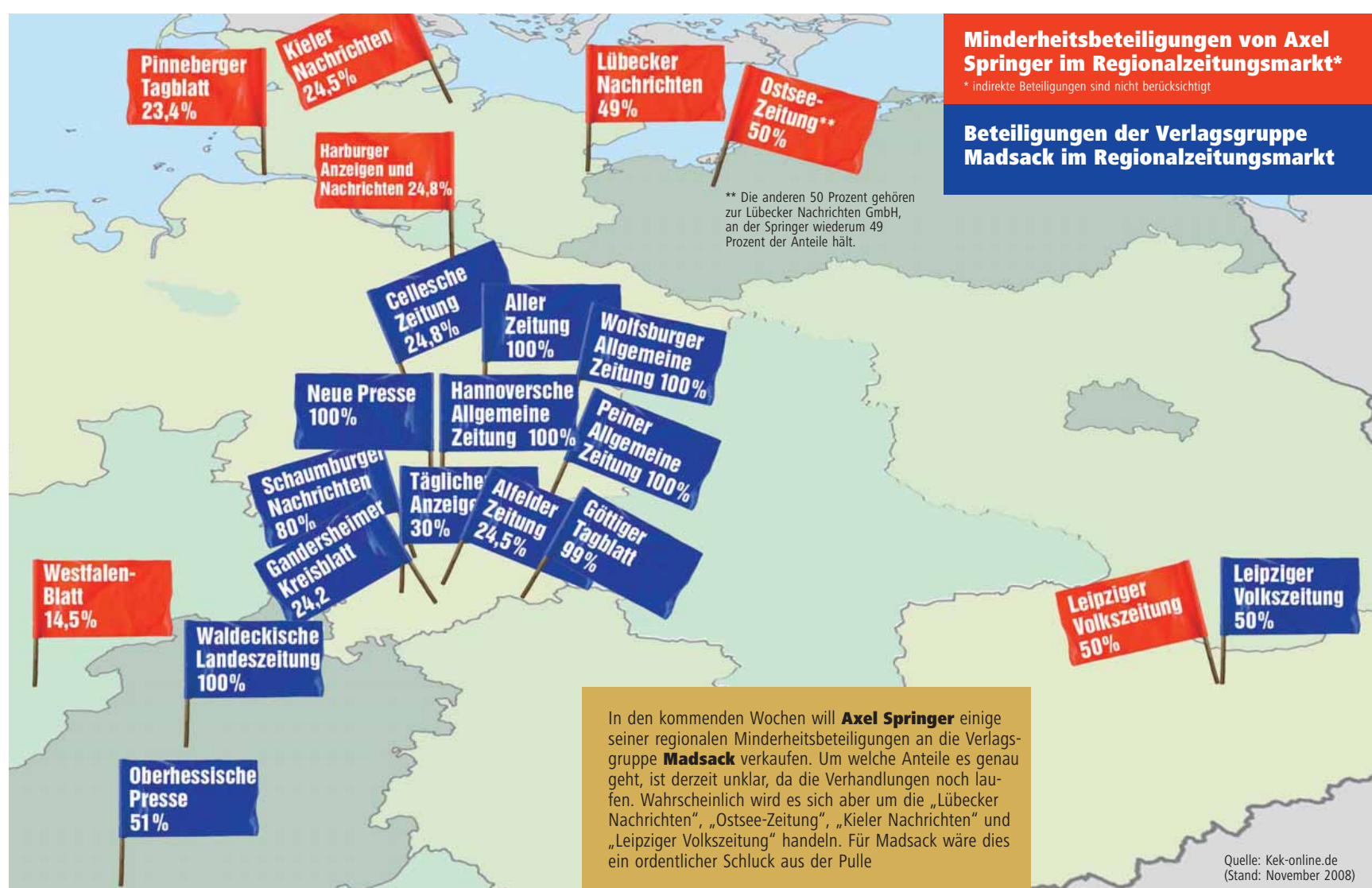
Vor allem auf dem Markt der regionalen Tageszeitungen spricht derzeit jeder mit jedem. Das überrascht, erwiesen sich doch bislang die regionalen Player als relativ stabil gegenüber Krisen. Die Geschwindigkeit, mit der sich Trends hier ausbreiten, ist vergleichsweise niedrig. Aber: Sie machen nicht davor Halt. Das heißt, „wenn ein Verleger keine Vorstellungen hat, wie er damit umzugehen hat, und nicht bereit ist, tiefgreifende Veränderungen umzusetzen, ist es besser, er verkauft rechtzeitig“, sagt Michael Rzesnitzek, Partner der Unternehmensberatung OC&C Strategy Consultants, Hamburg. „Das Preisniveau liegt derzeit 10 bis 15 Prozent niedriger als noch vor einem Jahr“, beobachtet Axel Bartholomäus, Inhaber der Frankfurter Consulting-Firma Bartholomäus & Cie. Um nicht einen weiteren Wertverlust zu riskieren, gilt es, Deals schnell abzuwickeln.

DUMONT KAUFTE MECOM-TITEL

Für Furore sorgt aktuell der Finanzinvestor David Montgomery mit dem Notverkauf der BV Deutsche Zeitungsholding. Seine Mecom-Gruppe hat am Dienstag sein deutsches Paket mit den Titeln „Berliner Zeitung“, „Berliner Abendblatt“, „Berliner Kurier“, „Hamburger Morgenpost“, „Tip“ und Netzeitung für 152 Millionen Euro an M. DuMont Schauberg abgegeben. Damit gelingt es dem Kölner Verlag, seinen Einfluss auf den deutschen Printmarkt deutlich zu vergrößern (siehe Seite 22).

SPRINGER SPRICHT MIT MADSACK

Weitere Verschiebungen könnte es im Norden geben. Wie aus Verlagskreisen zu hören ist, wird Axel Springer in den kommenden Wochen mehrere Beteiligungen an Regionalzeitungen veräußern. „Die Einnahmen sollen die Kriegskasse füllen, damit sich der Konzern auf die Themen Internationalisierung und Digitalisierung konzentrieren kann“, begründet Media-Experte Preusche. Außerdem lie-



ßen sich nach dem Desaster mit dem Post-Dienstleister Pin kaum noch Nebeneffekte mit den regionalen Minderheitsbeteiligungen erzielen. „Da der wirtschaftliche Einfluss Springers auf die Titel zu gering ist, um viel bewegen zu können, der Konzern aufgrund seiner marktbeherrschenden Position im Norden die Mehrheiten aber nicht erwerben kann, zieht das Unternehmen den Verkauf vor“, ergänzt ein Branchenkenner.

Die Übernahme der Anteile könnte Madsack indes beflügeln. Die Hannoverische Verlagsgruppe gilt laut einem Springer-Insider als Favorit – nicht zuletzt weil das Unternehmen ein Vorkaufsrecht an der „Leipziger Volkszeitung“ besitzt. Madsack will seinen Einfluss in Norddeutschland stärken. Unlängst bewarb sich das Unternehmen für die Übernahme des Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlags, scheiterte offenbar jedoch am Veto einiger Gesellschafter. Der Ausbau des Portfolios könnte nicht nur Synergien im redaktionellen, vertrieblichen und kaufmännischen Bereich bringen. Auch das Zustellgebiet des Postzustellers Citipost, einer hundertprozentigen Madsack-Tochter, ließe sich ausweiten.

HOLTZBRINCK SUCHT PARTNER

Gespräche sollen auch zwischen den Stuttgarter Verlagsgruppen Georg

von Holtzbrinck (Verlagsgruppe Handelsblatt, „Saarbrücker Zeitung“) und Südwestdeutsche Medien Holding (SWMH, „Süddeutsche Zeitung“) laufen, wie HORIZONT aus Verlagskreisen erfahren hat. Nachdem einige Zeitungsmana-

**KOMMENTAR**

Frischzellenkur für Blätterwald

Die Konsolidierung wird im Zeitungsmarkt in den nächsten Monaten wie ein Lauffeuer um sich greifen. Aber wo Flammen wüten, bleibt meist nicht nur verbrannte Erde zurück, sondern auch fruchtbarer Nährboden für frische Triebe. Denn dort, wo bisher das Portfolio unkontrolliert wuchern konnte, wird jetzt zurechtgestutzt und der Blick ist wieder frei für das Wesentliche. Verlage müssen sich jetzt zwangsläufig intensiv Gedanken um ihre künftige Ausrichtung machen und langfristig ihre Stärken herausarbeiten. Und nicht zuletzt werden auch die gefürchteten Heuschrecken vom Flächenbrand der Konsolidierung vertrieben, sodass wieder Platz für jene entsteht, die nicht nur an kurzfristigen Renditen interessiert sind, sondern an einem langfristig gesunden Blätterwald.

BETTINA NEISES

ger bei Holtzbrinck von Bord gegangen sind, haben die regionalen Titel an der Verlagsspitze laut Experten einen Teil ihrer Lobby verloren. Wie ein Insider berichtet, gehe es jedoch (zumindest noch) nicht um einen Verkauf, sondern es werde ein Joint-Venture-Partner gesucht.

Die SWMH ist hierfür nicht nur aufgrund der geographischen Nähe geeignet, sondern beide Unternehmen würden sich gut ergänzen. „Die SWMH könnte von der Wirtschaftskompetenz des Nachbarn profitieren und Holtzbrinck gemeinsam mit dem Partner seine Defizite in der Zeitungslogistik ausmerzen“, sagt ein Branchenkenner. Während sich zudem zwischen den Wirtschaftstiteln und Regionalverlagen von Holtzbrinck nur schwer eine engere Verzahnung erzielen lässt, könnte die „Süddeutsche Zeitung“ als Mantellieferant für den Joint-Venture-Partner fungieren. Auch eine Kooperation im Briefgeschäft scheint attraktiv.

KLEINE VERLAGE PRÜFEN VERKÄUFE

Nach Meinung von Medienexperten wird es noch zu weiteren Verschiebungen kommen. Grundsätzlich gelten die Essener WAZ Mediengruppe trotz umfangreichem Sparpaket und der Münchner Zeitungs-Verlag als Interessenten für strategische Beteiligungen. Übernahme-kandidaten sind nach Meinung von Pe-

ter Beusch, Managing Director der Investmentbank Jefferies, Verlage mit einer Auflage von weniger als 100000 Exemplaren. Jüngstes Beispiel ist der Kauf der „Neuß-Grevenbroicher-Zeitung“ durch die „Rheinische Post“. Um trotz des rückläufigen Zeitungsgeschäfts wettbewerbsfähig zu bleiben, müssten die Verlage neue Wachstumsfelder erschließen, was in dieser Größenordnung allein kaum zu stemmen ist.

Bremsklötze für ein schnell drehendes Übernahmekarussell sind jedoch die strikten Vorgaben der Wettbewerbs-hüter für Medienhäuser. So liegen zum Beispiel die Umsatzschwellen, ab denen die Verlage beim Kartellamt vorstellig werden müssen, bei einem Zwanzigstel dessen, was für andere Branchen gilt. Die Übernahme von Titeln geographisch angrenzender Verbreitungsgebiete wird weitgehend untersagt. Nur wenige Käufer kommen daher in der Regel für Transaktionen infrage, weshalb es äußerst schwer ist, gute Preise zu erzielen. Da vorerst eine Reform des Wettbewerbsrechts nicht in Sicht ist, haben kleine Verlage meist keine große Wahl. Ein Insider: „Oft bleibt nur die Flucht in die Arme eines großen Zeitungshauses.“

BETTINA NEISES

MECOM UND SPRINGER
SEITE 22 UND 24