

Verlage shoppen crossmedial

Transaktionsmonitor 2006: Zahl der Übernahmen und Beteiligungen steigt weiter / Investment in **digitale Medien** verdreifacht

Die deutschen Verlage sind wieder in Kauflaune: Der Transaktionsmonitor der Frankfurter M&A-Unternehmensberatung Bartholomäus & Cie. verzeichnet 164 Beteiligungen und Übernahmen für das Jahr 2006 – ein Plus von 19 Prozent gegenüber dem Vorjahr und der höchste Wert seit Start der Analyse im Jahr 2001.

„Das gute Marktklima erhöht die Bereitschaft zu größeren Investitionen“, erklärt Axel Bartholomäus, Geschäftsführender Gesellschafter der auf Verlagstransaktionen spezialisierten Beratung. „Die Printheuser wollen wieder durch Zukäufe wachsen.“

Das Transaktions-Volumen stieg gegenüber dem Vorjahr deutlich an. Ursachen sind die wachsende Zahl größerer Übernahmen und höhere Kaufprei-

se. Prominentes Beispiel: Bertelsmann lässt sich den Rückkauf der 25-Prozent-Beteiligung von Groupe Bruxelles Lambert am Gütersloher Familienimperium 4,5 Milliarden Euro kosten. Bereinigt man das Marktvolumen um den Mega-Deal bleiben immerhin noch 3,5 Milliarden Euro für 2006, was einem Zuwachs von 11 Prozent entspricht.

Wie in den Vorjahren waren die Fachverlage mit 43 Transaktionen und rund 26 Prozent aller Übernahmen und Beteiligungen am aktivsten. Es folgen der Buchhandel, Buchverlage, Special Interest-, Publikums- und Tageszeitungsverlage. Während Buchhandel und Tageszeitungen zusammen 73 Prozent des Marktvolumens, aber nur 23 Prozent der Ge-

schäfte ausmachen, überwiegen bei der Fachpresse kleinere Transaktionen. Auf die Fachverlage entfallen 7 Prozent des Volumens – rund 250 Millionen Euro. Die durchschnittliche Dealgröße – gemessen am Umsatz der Kaufobjekte – veranschlagen die M&A-Experten auf 5,6 Millionen Euro. Der Kauf des Bundesanzeigers mit einem Umsatz von rund 110 Millionen Euro durch M. Dumont Schauberg, Köln, zählt zu den größten Übernahmen in dem Segment. Weiteres prominentes Beispiel: Wolters Kluwer kaufte den Kölner Verlag Carl Heymanns für 60 Millionen Euro.

Dabei herrscht in der Fachpresse nach wie vor das Prinzip: Print kauft Print. Die großen Konzerne verfolgen dagegen immer öfter crossmediale Wachstumsstrategien, bekräftigt Bartholomäus: „Die Zeitungsverlage holen Umsatz zurück, den sie im Rubrikenmarkt an das Internet verloren haben.“ So hat zum Beispiel Axel Springer Immonet komplett übernommen, die BV Deutsche Zeitungsholding das Stadtportal Berlin Online gekauft.

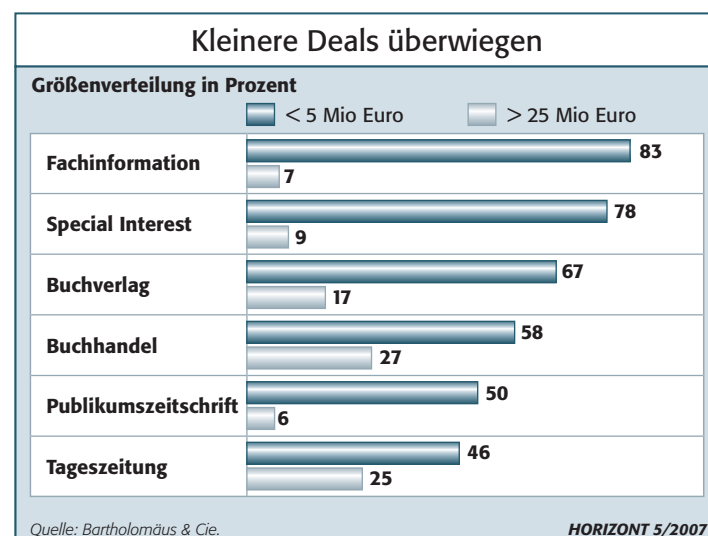
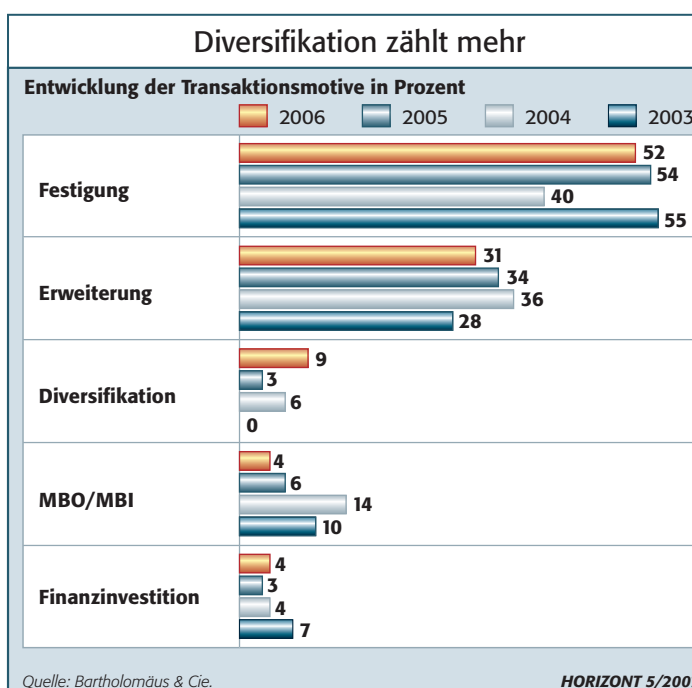
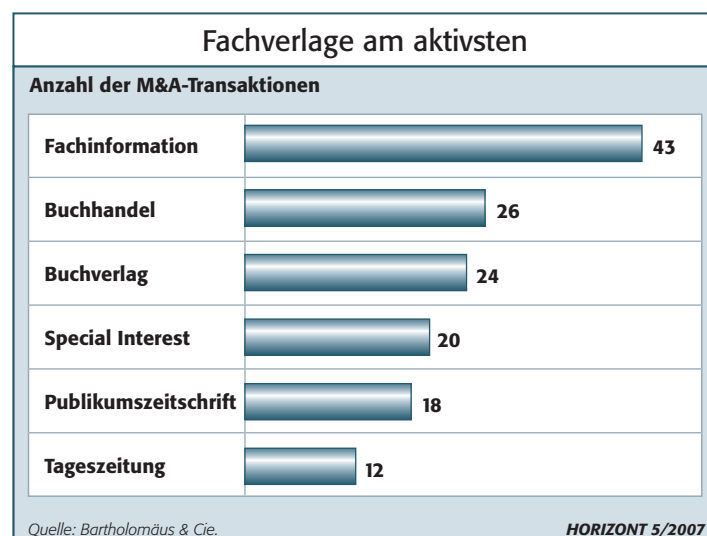
Zu den 21 registrierten Investments in digitale Geschäftsmodelle – das sind dreimal so viele wie im Jahr zuvor – gehören 15 Crossmedia-Deals. Die Großverlage investierten nicht nur ins Internet: Zu den Top-Transaktionen zählen

Transaktionsmonitor

Die Analyse erscheint jährlich und wird von **Bartholomäus & Cie.** erstellt (www.ba-cie.de). Die auf Mergers & Acquisitions von Printmedien spezialisierte Beratung analysiert die veröffentlichten Käufe und Verkäufe von deutschen Verlagen, dem Buchhandel sowie branchennaher Unternehmen.

auch zwei Springer-Geschäfte, die Vorstandschef Mathias Döpfner nach der gescheiterten Übernahme von Pro Sieben Sat 1 Media eingefädelt hat: die Beteiligungen am türkischen Dogan TV sowie am polnischen Privatsender Telewizja Polsat.

Cathrin Hegner



Anzeige

Hier ist die Reichweiten-Garantie zu Hause.

5,3 Millionen Einwohner*

79,4 Milliarden Euro Kaufkraft**

10 Lokalsender

1.426.000 Hörer täglich*

*MA Radio 2006 II **GfK 2006

Die Zahlen des Ruhrgebiets überzeugen. Deshalb kann die Westfunk Kombi Ruhr auch eine Reichweiten-Garantie aussprechen. Und sollte Ihr Spot bei der MA 2007 I die versprochenen Zahlen nicht erreichen, schalten wir für Sie Gratis-Spots – bis das Ziel erreicht ist. Mehr Informationen erhalten Sie unter www.westfunk.de

**westfunk
kombi ruhr**

100% Radio. 100% von hier.