

Merger & Acquisitions bei den Fachmedien: Das Jahr 2022 war schwach, Aussichten für 2023 aber besser

Politische Unsicherheiten und ein erhöhter Kostendruck, insbesondere bei Energie, Papier und den Kapitalkosten, haben dazu geführt, dass M&A im vergangenen Jahr als strategisches Handlungsfeld in der gesamten Verlagsbranche an Bedeutung verloren hat. Das zeigen die Daten für das Jahr 2022 des M&A-Beratungsunternehmens Bartholomäus & Cie.

2022 registrierte Bartholomäus & Cie. nur noch 161 Übernahmen und Beteiligungen in der Branche. In einigen Marktsegmenten halbierten sich die Dealzahlen gegenüber 2019, dem letzten Jahr vor Corona, mit insgesamt 290 registrierten Transaktionen (siehe Chart 1).

Das M&A-Geschehen bei den Fachmedien war stark rückläufig

Der M&A-Markt für Fachmedien erlebte im vergangenen Jahr einen herben Einbruch: Die nur noch 46 registrierten Deals entsprechen einem Rückgang um 37 Prozent gegenüber dem Vorjahr, gegenüber 2019 sogar um 46 Prozent. Bemerkenswert war dabei auch der starke Unterschied zwischen den beiden Jahreshälften: In den ersten fünf Monaten des Jahres 2022 bewegte sich die Deal-Aktivität fast wieder auf dem Niveau der Zeit vor Corona, um dann im zweiten Halbjahr massiv zu einzubrechen.



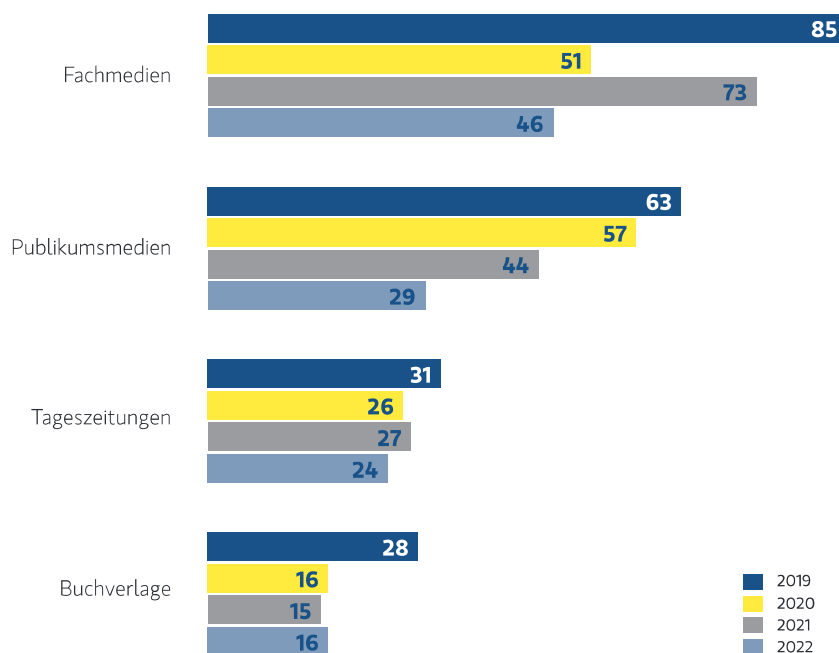
Axel Bartholomäus ist Geschäftsführer von Bartholomäus & Cie.

Strategische Käufer sahen sich veranlasst, sich zunehmend auf ihre Kerngeschäfte zu konzentrieren und mögliche Risiken im externen Wachstum noch vorsichtiger zu bewerten. Zugleich gewannen im Vergleich zu den Jahren vor Corona zwei strategische Treiber an Bedeutung für das M&A-Geschehen – wenn auch in unterschiedlicher Ausprägung zwischen den vertikalen Grundmärkten:

1. Die Erosion der klassischen (Print-)Welt und die damit verbundene Notwendigkeit digitaler Angebote für Inhalte und Reichweite haben sich stark beschleunigt.
2. In schrumpfenden klassischen Märkten sind eine Konsolidierung und Konzentration unter den Anbietern unvermeidbar, um Economies of Scale zu realisieren – kritische Größe und konsequentes Portfolio-management werden dabei zu wesentlichen Erfolgsfaktoren.

Die führenden Fachverlage verfolgen überwiegend auf digitale Angebote (Content, datengetriebene Services) ausgerichtete M&A-Strategien und übernehmen nur noch in Ausnahmefällen klassische Anbieter. Dagegen stehen heute viele kleine und mittelgroße Fachverlage zwingender als noch vor Corona vor der Entscheidung »grow or go«. Im zweiten Halbjahr 2022 wurde noch eine ganze Reihe geplanter Transaktionen angesichts weit auseinanderliegender Bewertungen vertagt, die Notwendigkeit solcher Entscheidungen wird allerdings 2023 nicht geringer.

ANZAHL M&A-DEALS JE MARKTSEGMENT 2019–2022



* ohne Buchhandel und Sonstige

Quelle: Bartholomäus & Cie.

Chart 1

Die digitale Transformation der Medienbranche wird auch in der Entwicklung ihrer M&A-Aktivitäten deutlich. Im Laufe der letzten zehn Jahre sank der Anteil der Transaktionen unter klassischen Fachverlagen von 90 Prozent auf jetzt 55 Prozent. Übernahmen printbasierter Geschäftsmodelle spielen also insgesamt eine geringere, wenn auch immer noch wichtige Rolle, Käufer sind hier überwiegend die kleineren und mittelgroßen Verlage. In M&A-Verhandlungen werden resiliente Grundmärkte und Geschäftsmodelle, realistische Synergiepotenziale oder bekannte Marken wichtige qualitative Argumente für die Kaufpreisfindung.

Bei 17 Prozent der Deals investierten Fachverlage im Jahr 2022 in digitale B2B-Angebote, überwiegend sind hier die größeren Anbieter wie die Vogel Communications Group, Thieme, die dfv Mediengruppe oder Wort & Bild aktiv. Daneben bauen aber auch die großen Publikumsverlage und Tageszeitungen sowie VC-Gesellschaften kontinuierlich ihre Investitionen in digitale B2B-Start-ups und -Grown-ups in Deutschland und weltweit aus, insbesondere in den Bereichen Bildung (EduTech), Medizin (MedTech) oder Recht (LegalTech). Ihr Anteil an allen Fachmedien-Investitionen lag 2022 bereits bei 28 Prozent (siehe Chart 2).

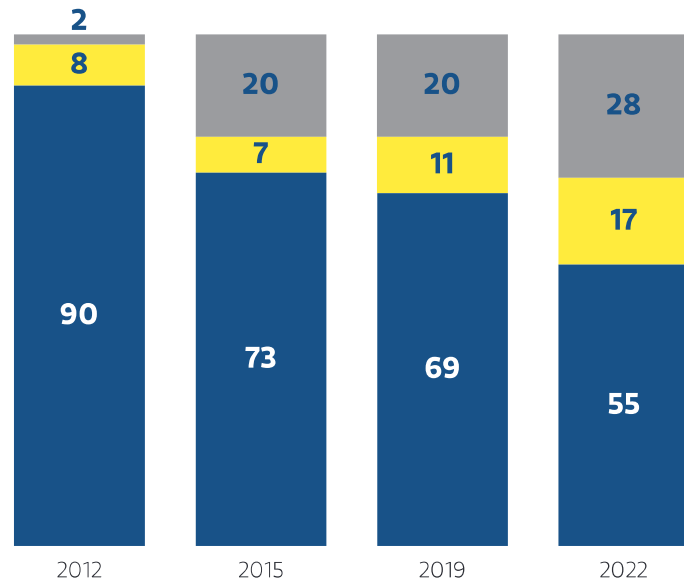
In einem deutlich rückläufigen Gesamtmarkt verzeichneten im vergangenen Jahr nur die Segmente Medizin und Bildung steigende Deal-Zahlen (siehe Chart 3), in erster Linie durch Konzern- und VC-Investitionen. Alle anderen Segmente, einschließlich RWS, Wirtschaft und Wissenschaft, gingen gegenüber den Vorjahren deutlich zurück.

Ausblick auf 2023

Sofern keine neuen volkswirtschaftlichen Schocks auftreten, deuten die aktuellen Vorzeichen auf eine leichte Erholung der deutschen Wirtschaft im Lauf dieses Jahres hin. Dennoch wird 2023 ein herausforderndes Jahr in einem komplexen Umfeld.

Wie sich dabei der M&A-Markt entwickeln wird, wird ganz wesentlich davon abhängen, ob die Planungssicherheit wieder steigt und sich Verkäufer und Käufer auf ein gemeinsames Grundverständnis eines »New Normal« bei der Businessplanung verständigen können. Bei Verhandlungen über angemessene Kaufpreise kommt es dabei weniger auf das konkrete Niveau dieses »New Normal« an als auf einen verlässlichen Rückgang der Volatilität seiner Komponenten (Preise, Lieferketten, politisches und konjunkturelles Umfeld).

ANTEILE DER INVESTORENGRUPPEN 2012–2022



■ Klassische Fachverlage investieren in klassische Formate
 ■ Klassische Fachverlage investieren in digitale Formate
 ■ Konzerne (Publikumsverlage, Tageszeitungen, VC) investieren in digitale B2B-Formate

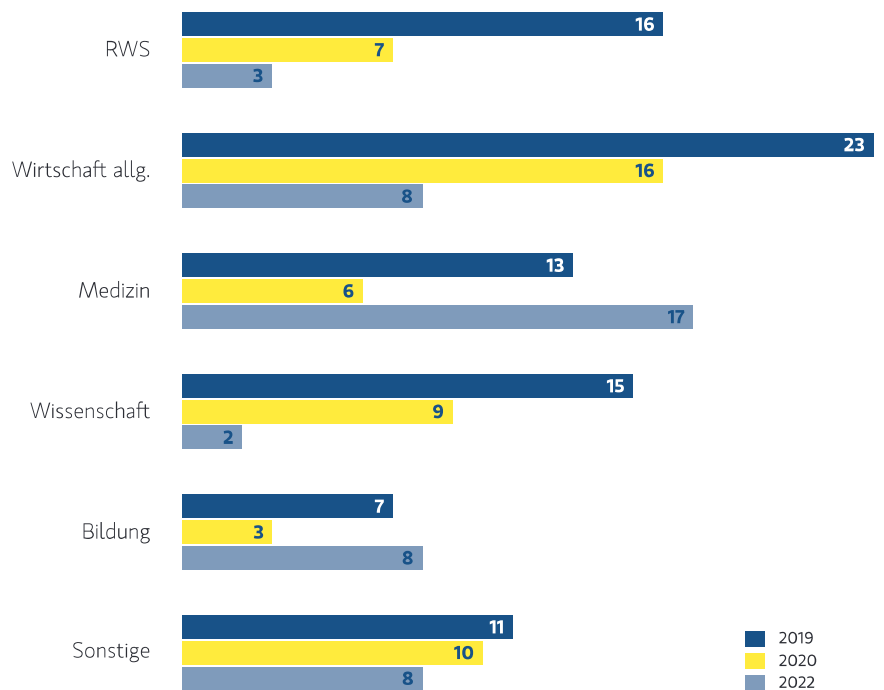
Diese Statistik zeigt den langfristigen Trend von 2012 bis 2022.

Angaben in %

Quelle: Bartholomäus & Cie.

Chart 2

ANZAHL DEALS NACH ZIELGRUPPEN 2019–2022



Quelle: Bartholomäus & Cie.

Chart 3