

29. April 2015 | Publishers' Forum 2015

Digitales Wissen wird gern eingekauft

Aufschlussreiche Statistiken über die Entwicklung von Mergers und Acquisitions in der Medienbranche referierte auf dem Publishers' Forum in Berlin der M&A-Experte Axel Bartholomäus. Seinen Zahlen zufolge nimmt das Transaktionsvolumen nach einer deutlichen Delle in den Jahren 2009/2010 wieder zu. VON TORSTEN CASIMIR



Wo steckt die digitale Kompetenz? © pressmaster / fotolia

2014 habe dieses Volumen über die **gesamte deutsche Medienindustrie** hinweg **7,1 Mrd. Euro** betragen; beziffert sind damit die Umsätze der Unternehmen, die übernommen worden sind – nicht die gezahlten Preise (die in der Regel ohnehin nicht bekannt werden).



Axel Bartholomäus ©
Martin Joppen

Print sei dabei **längst nicht abgeschrieben**, berichtete der Geschäftsführer von Bartholomäus & Cie. 2014 sei in etwa zu gleichen Teilen in klassische und in digitale Formate investiert worden. Zum Vergleich acht Jahre zuvor: 2008 lagen die Deals mit Print etwa dreimal höher als die digitalen Zukäufe. Im **Fachmedien-Sektor** seien vergangenes Jahr die Print-Akquisitionen sogar wieder steigend (von 55 Prozent 2012 auf 65 Prozent 2014), die **Digital-Deals** hingegen entsprechend **rückläufig**. Für Buchverlage und Buchhandlungen gilt Bartholomäus zufolge: „Diese Unternehmen konsolidieren sich nach wie vor über das klassische Geschäft.“ Zwei Ausnahmen, die jeder kennt: **Edel** und **Bastei Lübbe**.

Allerdings seien Investitionen ins Print-Geschäft mittlerweile anders motiviert als früher: „Print-Geschäft wird heute überprüft im Hinblick auf sein digitales

Transformationspotenzial“, erklärte Bartholomäus. **De Gruyter** mit seinen Zukäufen von Zeitschriften und deren anschließender Überführung in innovative Open-Access-Modelle sei in typisches Beispiel für diesen Trend.

Neu sei auch die **Strategie des Wissenstransfers**: Während in der Vergangenheit nach einem Zukauf das Interesse dahin gegangen sei, Know-how vom Käuferunternehmen hin zum erworbenen Unternehmen zu betreiben, habe sich die Richtung des Integrationsmanagements um 180 Grad gedreht: „Heute wird gezielt nach digitalem Know-how gesucht, das nach einem Kauf oder einer Beteiligung in das Kerngeschäft des Käufers einfließen soll.“

BILDERGALERIEN



Publishers' Forum
Zukunftsthemen



Frankfurt liest ein Buch
Mediacampus-Veranstaltung bei S. Fischer

VIDEO



Video-Impressionen vom Lauf auf dem Lohrberg
Frankfurter Bücherlauf

[alle Bildergalerien >](#)

[alle Videos >](#)