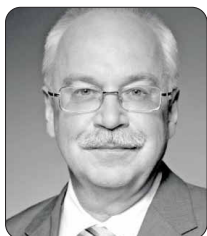
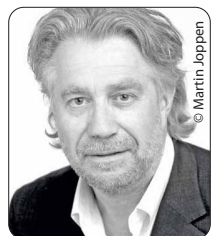


## VENTURE CAPITAL

# Die wollen nicht nur spielen

Auch kleinere Medienhäuser und Fachverlage schauen sich auf dem Markt der Start-ups um. Ihr Credo: Risikoinvestitionen ja, aber mit Bedacht



**Spezialisten in Sachen Venture-Capital (v.l.o.n.r.u.): Axel Bartholomäus (Berater), Roger Bendisch (IBB), Marc Del Din (NWZ), Roland Herkert (Forum Media)**

→ Ein bisschen fühlt es sich ja schon an wie zur Jahrtausendwende, als der New-Economy-Boom so manchem Medienunternehmen einen völlig neuen Spirit einhauchte. In den vergangenen zwei, drei Jahren war wieder viel von diesem Geist zu spüren und die großen Print-Dampfer wurden nicht müde, ihre Engagements bei jungen, hippen Start-ups medienwirksam zu kommunizieren: ein bisschen Casino, ein bisschen Silicon Valley, **Kai Diekmann** mit Nerd-Bart.

Die ganz große Entdeckung, eine Art **Facebook** oder **Twitter** made – oder zumindest: discovered – in Germany war bislang nicht dabei. Dass sich im Schatten der Konzerne auch kleinere, meist

regionale Verlage oder Fachmedien nach geeigneten Digital-Investments für ihr Geschäftsmodell umsehen, ist bei all dem weniger bekannt. Für jene, die sich auf diesem Feld engagieren, gehört es fast schon zum guten Ton, eine eigene Venture-Capital-Einheit (VC) zu gründen, um sich gezielt und organisiert um Unternehmensbeteiligungen zu kümmern – wie etwa für die **Mediengruppe Pressedruck** („**Augsburger Allgemeine**“) mit ihrer Tochtergesellschaft **PDV Inter-Media Venture**. Auch die **SPD** betätigt sich über ihre Medienholding **Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft** und deren Tochter **Tivola Ventures** an allerlei Start-up-Geschäften. Und ein Haus wie die **Mediengruppe Oberfranken** wiederum hat sich zusätzlich zu seiner **MGO Digital Ventures** zusammen mit der **Rheinischen Post** und **M. DuMont Schauberg** im VC-Fonds „**Capnamic Ventures**“ zusammengeschlossen.

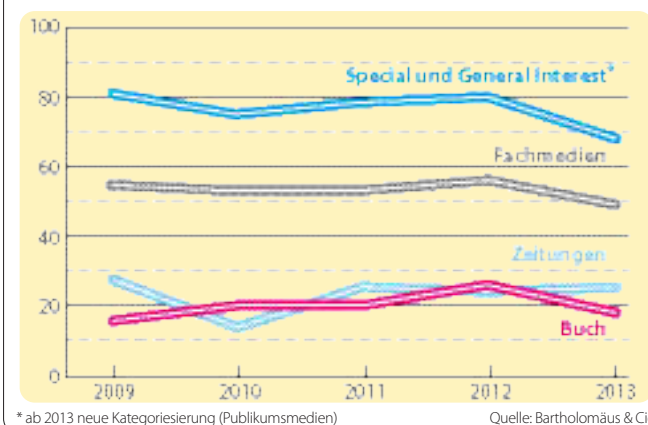
„Für die regionalen Häuser geht es nicht ohne eigene Abteilung oder die Beteiligung an einem Fund wie Capnamic, selbst wenn die Tickets dadurch kleiner werden“, sagt **Axel Bartholomäus**, der mit seiner Beratungsgesellschaft unter anderem M&A-Transaktionen zwischen Start-ups und Verlagen begleitet. Auch die **NWZ Mediengruppe** aus Oldenburg („**Nordwest-Zeitung**“) ist an Capnamic beteiligt, um in der Zukunft neue Investments in Start-ups zu platzieren – zusätzlich zu rund einem Dutzend Online-Beteiligungen, die NWZ bereits außerhalb von Capnamic hält. „Der Venture-Fonds ermöglicht uns ein intensiveres Scree-

ning des Marktes, als wenn wir nur Einzelkämpfer wären“, sagt Digital- und Online-Chef **Marc Del Din**. Die Investments von NWZ erfolgten stets aus strategischen und erst in zweiter Linie aus finanziellen Erwägungen.

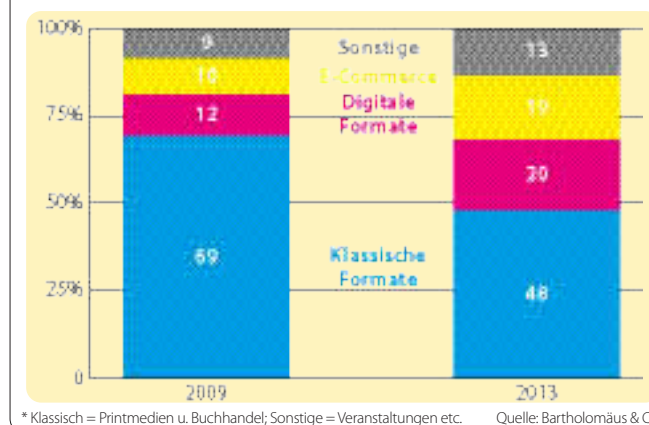
## Ein Trauerportal als Cashcow

Bereits vor fünf Jahren hat man in Oldenburg die ersten Schritte unternommen, um das eigene Geschäft mittels Start-up-Beteiligungen zu diversifizieren. Zuvor hatte NWZ vorrangig Geld in Radiosender gesteckt, sodass die Mediengruppe nach eigenen Angaben zu einem der größten Betreiber von Lokalradios in Deutschland wurde. „Heute beteiligen wir uns bundesweit an zwei bis drei Digital-Unternehmen pro Jahr“, sagt Del Din. Grundsätzlich sei alles denkbar: verlagsnahe wie -ferne Geschäftsideen. 2010 ist NWZ bei der Bremer **VRS Media** eingestiegen, die mit „**infrieden.de**“ ein überregionales Trauerportal entwickelt hatte. Seither wurde das Angebot als Whitelabel-Lösung an rund 70 Verlage im In- und Ausland verkauft – somit habe sich das VRS-Investment auch finanziell gelohnt, sagt Del Din. Zahlen möchte er keine nennen. „Wir sind ein klassischer Minderheitsinvestor mit einem gesunden, mittelständischen Unternehmertum. Es heißt zwar ‚Venture Capital‘ – aber wir versuchen das Risiko weitestgehend zu beschränken. Wir investieren eher in Unternehmen, deren Geschäftsmodelle sich schon in einer ersten Phase bewährt haben als in Unternehmen, die noch in der Seeding-Phase sind.“

## ANZAHL DER TRANSAKTIONEN NACH AKTEUREN Übernahme-Eifer leicht gesunken



## TRANSAKTIONEN NACH FORMATEN\* E-Commerce besonders attraktiv



In dieser Hinsicht haben sich die meisten der mittelständischen Unternehmen in den vergangenen Jahren professionalisiert. „Es gehört einfach dazu, dass man weiß, wie man ein Start-up bewertet“, sagt M&A-Berater Bartholomäus. „Sonst bleiben Ihnen wenig mehr als ein Team und ein Excel-Sheet, woran Sie glauben können oder nicht.“ Bei Investitionen zwischen 500.000 und einer Mio. Euro wäre das etwas riskant.

Insgesamt 254 Übernahmen oder Beteiligungen deutscher Verlage hat Bartholomäus im vergangenen Jahr registriert, das ist ein Anstieg von rund 9 % gegenüber 2012. Darin sind allerdings auch Verkäufe von Print-Titeln oder Verlagen enthalten, die nicht zu VC-Investitionen zählen. Die meisten Transaktionen wurden 2013 von Publikumsmedien getätigt (66), die damit die Fachmedien (49) überholt haben. Tageszeitungsverlage rangieren mit 25 Transaktionen nach E-Commerce und Buchhandel an fünfter Stelle (siehe Grafik oben links).

Ein in Sachen VC-Beteiligungen besonders offensiv agierender Fachverlag ist die **Forum Media Group** aus dem schwäbischen Merching (u.a. „**Der Facility Manager**“, „**IndustrieBau**“). Mit ihrer **Forum Media Ventures** sucht sie weltweit nach unterstützungswürdigen „Gründern und Start-ups mit Ideen in den Bereichen Information, Bildung und Unterhaltung, vorwiegend im Mobile- und Onlinesektor“. Auf diese Weise hat sich Forum Media in der Vergangenheit zum Beispiel an **Lingoschools** beteiligt, einem Vermittler von Sprachreisen. Von zwei anderen VC-Investments habe man

sich bereits wieder getrennt, sagt Geschäftsführer **Ronald Herkert**, der die Forum Media Group zu einem „bedeutenden internationalen Medienunternehmen“ ausbauen möchte.

## Alle Kontinente, alle Märkte

In Merching setzt man bei der Expansionsstrategie aber auch und vor allem auf etablierte Unternehmen: So wurden in den vergangenen Monaten Mehrheitsbeteiligungen an Fachverlagen in Kanada oder Australien unterzeichnet, die teilweise seit Jahrzehnten auf dem Markt tätig sind. Und mit „**Der Hund**“, einer der ältesten Hunde-Zeitschriften der Republik, hat man vor einem Jahr noch einmal ganz klassisch beim **Deutschen Bauernverlag** zugegriffen. Herkert: „Wir steigen ein, wenn es zu unseren drei Geschäftsfeldern Information, Bildung, Unterhaltung passt und sich idealerweise mit unseren bestehenden Angeboten verknüpfen lässt.“ Engagement und Investitionen seien dabei „nach hinten offen – auf allen Kontinenten und in allen wichtigen Märkten“.

Generell sind die Investmentmöglichkeiten der meisten deutschen Fachverlage laut Axel Bartholomäus eher begrenzt: „Von den etwa 600 Anbietern haben mindestens 500 einen Jahresumsatz von weniger als 5 Mio. Euro. Viele davon sind familiengeführt, sie haben in der Regel andere Prioritäten, als sich mit Venture Capital irgendwo zu beteiligen.“ Am besten zu VC-Investments in der Lage seien Unternehmen mit einer hohen Abo-Auflage in ihrem Segment und stabilen Vertriebslösungen. „Denen

bricht der Totalverlust einer sechsstelligen Venture-Summe in diesem extrem volatilen Geschäft nicht das Bein.“

Auch ein realistisches Selbstverständnis kann offenbar nicht schaden. Marc Del Din von der NWZ formuliert es so: „Vielleicht schaffen wir es, bei unseren Online-Beteiligungen in ein paar Jahren auf eine ähnliche Erfolgsgeschichte zurückzublicken wie beim Radio. Trotzdem werden unsere Basis immer das regionale Medienhaus und die ‚Nordwest-Zeitung‘ sein.“

Beteiligungen an Start-ups sind für Bartholomäus ein unternehmerisches Glaubensbekenntnis – für die meist jungen Gründer genauso wie für die Verlage, die ihr Geld oder Know-how reinstecken. Dieses Versprechen auf die Zukunft ist mitunter so stark, dass es auch eng werden kann für potenzielle Investoren: Bei manchen, wie der **IBB Beteiligungsgesellschaft** (IBB Bet) in Berlin, gebe es schon mal einen harten Wettbewerb um heiße Start-up-Kandidaten, sagt Geschäftsführer **Roger Bendisch**. „Das Interesse ist derzeit sehr groß. Aber wir sind auch ständig auf der Suche nach vernünftigen Venture-Co-Investoren für Start-ups aus der Berliner Kreativwirtschaft.“ IBB Bet, eine Tochter der **Investitionsbank Berlin**, regelt dann außer dem eigenen Investment den vertraglichen Part für alle Beteiligten, die Einträge ins Handelsregister, die Corporate Governance und dergleichen. Mitunter entstehen dann aus Start-ups völlig neue Unternehmen – mit finanziell potenten Glaubensbrüdern und -schwestern an ihrer Seite. *M. Schuster*