

Verlage forcieren Digitalstrategie

Firmenübernahmen 2011: Verlage kaufen vor allem im Digitalbereich zu. Klassische Printmedien dagegen sinken im Wert.

Neuordnung des Buchclub-Geschäfts

DER GÜTERSLOHER MEDIENKONZERN LEGTE HAND AN DIE DIRECT GROUP.



Bertelsmann tätigte 2011 unter Vorstands-Chef Hartmut Ostrowski, der zum 1. Januar 2012 durch Thomas Rabe (Bild) abgelöst wurde, acht Transaktionen (ohne Gruner + Jahr, RTL und weitere Konzernbereiche). Größter Deal war der Verkauf der Direct Group France (Buchclubs) an den Investor Najafi Companies.

BERTELSMANN

Vom Abnehmportal bis Zooplus

HUBERT BURDA WAR VOR ALLEM AUF ONLINE-GESCHÄFTSMODELLE AUS.



Mit 14 Transaktionen weist Hubert Burda Media 2011 die meisten M&A-Aktivitäten aus. Größter Akt war die mehrheitliche Übernahme der Anteile an dem Online-Shop für Heimtierbedarf Zooplus. Weitere der insgesamt elf Deals im Digitalbereich waren die Übernahme des Abnehmportals Ebalance.de und des Gesundheitsplattform Jameda.de.

**Hubert
Burda
Media**

Der erwartete Top-Deal blieb aus: Axel Springer stieg nicht bei der WAZ-Gruppe ein. Aber auch ohne diese Transaktion zog das Geschäft mit Fusionen und Übernahmen in der deutschen Verlagsbranche 2011 an. Und das könnte sich fortsetzen, „wenn externe Schocks ausbleiben“, prognostiziert Axel Bartholomäus, Experte für Mergers und Acquisitions (M&A) sowie Geschäftsführer des Beratungshauses Bartholomäus und Cie.. Die Kaufbereitschaft der Verlage sei unverändert groß, die Lage aber momentan von Unsicherheit geprägt.

Insgesamt 225 Übernahmen und Beteiligungen deutscher Verlage registrierte der Marktbeobachter in seinem neuen Transaktionsmonitor Verlagswesen 2011, das waren rund 20 mehr als ein Jahr zuvor. Das gesamte Marktvolumen (gemessen am Umsatz der Kauf- und Beteiligungsobjekte) lag mit 3,5 Milliarden Euro rund eine Milliarde über dem Wert von 2010. Der Stand vor der Krise – 2008 hatte es mehr als 260 Deals mit einem Volumen von 8,6 Milliarden Euro gegeben – wurde allerdings nicht erreicht. Größter Akt war im Rahmen der Neuordnung der WAZ-Gruppe der erst jetzt abgeschlossene Verkauf des 50-Prozent-Anteils der Erben von Anneliese

Brost an den Familienstamm Funke. Die meisten Deals (53) gab es 2011 unter den Fachmedien.

In der zweiten Jahreshälfte nahmen die Aktivitäten tendenziell ab. Das äußerte sich in einem rückläufigen Bewertungsniveau. Zu beobachten war ein Preisverfall vor allem bei klassischen Printmedien ohne ergänzende Online- und Crossmedia-Aktivitäten. „Da müssen Käufer zunächst in neue digitale Geschäftsmodelle investieren, und das werden sie beim Kaufpreis berücksichtigen“, erklärt Bartholomäus. Digitale Medien hingegen stiegen im Wert. Axel Springer war das französische Immobilienportal Seloger mehr als das Fünffache des Umsatzes wert.

Das Auseinanderdriften der Bewertungen wird sich weiter fortsetzen, was für manchen Verkäufer eines Print-Medienmodells auf schwierige Verkaufsverhandlungen hinauslaufen dürfte. Ende 2011 wurden Fach-, Special- und General-Interest-Medien mit einem halben bis ganzen Jahresumsatz bewertet. Bei Buchverlagen waren es kaum mehr drei Viertel und im Buchhandel sogar weniger als die Hälfte der Erlöse. Der Druck auf die Buchläden zeigt sich etwa darin, dass der

Immobilien und Coupons

AXEL SPRINGER INVESTIERT MASSIV IN FRANZÖSISCHES WOHNPORTAL.



Für die Axel-Springer-Gruppe wurden 2011 zwölf Deals registriert, fast alle (elf) bezogen sich auf digitale Formate. Die Mehrheit am börsennotierten Immobilienportal seloger.com war Vorstandschef Mathias Döpfner dabei über 400 Millionen Euro wert. Daneben fand der „Bild“-Herausgeber u.a. Gefallen an kaufda.de und meingutscheincode.de.



Abschied vom Bodensee

HOLTZBRINCK FUHR DIE TAGESZEITUNGSAKTIVITÄTEN WEITER ZURÜCK.



Der Holtzbrinck-Konzern kam laut Transaktionsmonitor im Vorjahr auf neun Deals, überwiegend im Digitalbereich. Nach der 2010 verkauften Zeitung „Main Post“ gab Stefan von Holtzbrinck auch die Mehrheit am „Südkurier“ an die Mediengruppe Pressedruck („Augsburger Allgemeine“) ab. Online wurde u.a. bei toptarif.de aufgestockt.



Douglas-Konzern seine Buchkette Thalia umkrempeln und deren Sortiment erweitern will. Der Verkauf des stark ladenlastigen Weltbild-Verlags könnte sich dadurch ebenfalls in die Länge ziehen.

Die Gründe für Zukäufe sind dagegen unverändert: Die großen Verlagsgruppen schielen vor allem auf Online- oder Mobil-Angebote. Am aktivsten waren im digitalen Umfeld Axel Springer und Burda mit jeweils elf Transaktionen. Insgesamt betraf mehr als ein Drittel aller Transaktionen 2011 digitale Geschäftsmodelle. Deutlich mehr gefragt als Community-Portale waren dabei E-Commerce-Angebote, Renner waren Gaming, Couponing und Dating. „Dieses Jahr dürfte es andere Trendthemen geben“, erwartet Bartholomäus.

Eine führende Stellung in der Region scheint ebenfalls ein Investment wert zu sein. So stockte im Vorjahr der Zeitungskonzern Madsack (*Hannoversche Allgemeine*) sein Zeitungsportfolio auf und übernahm von der FAZ-Gruppe die *Märkische Allgemeine*. Die Mediengruppe Pressedruck (*Augsburger Allgemeine*) holte sich nach der *Main-Post* mit dem *Südkurier* eine weitere Regionalzeitung von Holtzbrinck.

Die Kassen scheinen zumindest bei vielen Konzernen gut gefüllt zu sein, etwa bei Axel Springer oder Hubert Burda. Kleinere Verlage könnten aber bei M&A-Entscheidungen je nach

Verlauf von Wirtschaftsentwicklung und Schuldenkrise vorsichtiger werden. Folge: „Die Verhandlungen dauern häufig länger und Prüfungen werden noch genauer“, so Bartholomäus. Zwei Drittel aller Transaktionen beziehen sich aber nur auf Kaufobjekte mit unter fünf Millionen Euro Jahresumsatz.

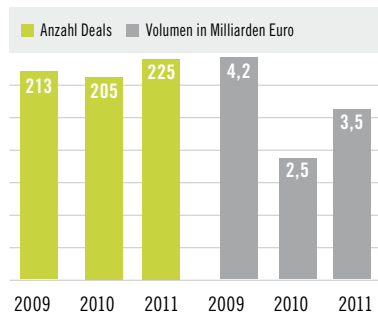
Manche Anlässe zur Neuordnung von Portfolios und damit Treiber der M&A-Aktivitäten lassen sich aber unabhängig von der Wirtschaftslage nicht ewig aufschieben, darunter anstehende Nachfolgeregelungen. Reaktionen auf große Konkurrenz und überbesetzte Print-Segmente sorgen ebenfalls für Druck. Entsprechend werden in Branchenkreisen etwa weitere Zusammenschlüsse in der Art des kürzlich geschaffenen Joint Ventures der Vermarktungseinheiten von Jahreszeiten-Verlag (*Für Sie*) und Vision Media (*Madame*) erwartet.

Neue Trends zeigten sich 2011 bei den Fachmedien: „Wir sehen auch bei kleineren Fachverlagen erstmals nachhaltige Investments in Bereiche jenseits von Printformaten“, sagt Bartholomäus, darunter Dienstleistungen, Portale und Messen. So übernahm etwa Haufe die Beschaffungsplattform für Verlagsprodukte LSL. Bartholomäus: „Sie nutzten damit ihr Wissen über ihre traditionellen Zielgruppen, um für diese neue Business-Modelle aufzubauen.“

Christof Wadlinger ▶ cw@wuv.de

LEICHTER ANSTIEG

M&A-Aktivitäten bei deutschen Verlagen

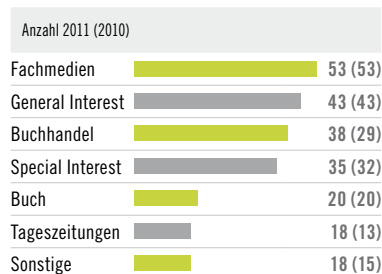


Quelle: Transaktionsmonitor 2011/Bartholomäus & Cie. © WUV

Das summierte Marktvolumen umfasst den Umsatz der Kauf- bzw. Beteiligungsobjekte, nicht die Kaufpreise.

GESCHACHERE UM FACHMEDIEN

M&A-Transaktionen 2011 nach Segmenten



Quelle: Transaktionsmonitor 2011/Bartholomäus & Cie. © WUV

Die meisten Deals gab es unter Fachmedien. Unter den Sonstigen finden sich das Presse Grosso (3 Transaktionen) und digitale Dienstleister im Medienumfeld (8).

Papiermedien als Ladenhüter

AUCH IN DEN USA LEGTE DER M&A-MARKT 2011 LEICHT ZU.

Zu den größten Deals 2011 zählt Axel Springers Übernahme der WAZ-Gruppe. Diese erstaunliche Information war (zumindest bis Redaktionsschluss) dem Jahresbericht zum US-M&A-Markt der Investment-Bank Jordan, Edmiston Group (Jegi) zu entnehmen. Die Bank analysieren das Geschehen in Nordamerika sowie Aktivitäten globaler Player. Der Deal wurde falsch eingepflegt, heißt es bei Jegi, die Korrektur erfolge noch. Laut dem Report erreichte die Zahl der Übernahmen im US-Medien- und Digitalbereich 2011 mit fast 900 einen Höchststand. Über die Hälfte der Deals entfiel auf Marketing- und Digitaldienste sowie B-to-C-Online-Medien. Wenig Nachfrage gab es bei klassischen Fachmedien, Publikumsmagazinen und Messen.