

PRESSEMITTEILUNG

**Das M&A-Jahr 2013 in der Medienbranche: Die digitale Transformation schreitet
voran**

Bartholomäus & Cie. veröffentlicht Studie „Transaktionsmonitor Verlagswesen 2013“

Die M&A-Aktivitäten der deutschen Verlage sind 2013 weiter gestiegen und erreichen damit endgültig wieder das Niveau vor der letzten Wirtschafts- und Finanzkrise. Dies ergibt eine Studie der auf die Verlagsbranche spezialisierten Unternehmensberatung Bartholomäus & Cie. Mit 254 Übernahmen und Beteiligungen deutscher Verlage wurden rund 9 Prozent mehr Deals registriert als 2012 (Chart 1)

Das Gesamtvolumen der Transaktionen (gemessen am Umsatz der Kaufobjekte) entsprach mit rund 6,2 Mrd. € dem hohen Niveau des Vorjahres (Chart 2). Den größten Anteil daran hatten die Tageszeitungen (rund 1,4 Mrd. € - bedingt u.a. durch den „Mega-Deal“ zwischen Axel Springer und der Funke-Gruppe) und die Fachmedien (rund 1,15 Mrd. €). Erstmals war jedoch das Segment E-Commerce¹ nach Volumen führend - ein Zeichen für die Veränderungen in der Medienwelt (1,75 Mrd. €, bedingt durch den Verkauf der Zalando-Anteile durch Holtzbrinck).

Die Aktivitäten der großen Verlagsgruppen dominierten 2013 das M&A-Geschehen 2013 wie nie zuvor: die strategische Neuordnung ihrer Print-Geschäfte sowie Investitionen in digitale Medien und - Services entlang der medialen Wertschöpfungskette machen einen großen Teil des Marktes aus. Wir registrierten 24 Transaktionen für Holtzbrinck (19 Übernahmen und Beteiligungen, 5 Verkäufe), 23 für Axel Springer (16/7), 21 für Burda (16/5), 17 für Gruner + Jahr (11/6), 14 für Bertelsmann (14/0) sowie 13 für Springer Science + Business (7/6);

Die meisten Deals zeigten die Publikumsverlage (66), die Fachmedien (49) und das Segment E-Commerce (43). Während bei Tageszeitungen und Publikumsmedien damit mehr Transaktionen als 2012 stattfanden gingen die Aktivitäten bei den Fachmedien leicht zurück, bei Buchverlagen und im Buchhandel sogar recht deutlich.(Chart 3)

Eine Reihe prominenter Transaktionen prägte das Geschehen 2013, z.B. im die Übernahme der regionalen Tageszeitungen und Zeitschriften von Axel Springer durch die Funke-Gruppe, der erneute Leveraged Buyout bei Springer Science & Business Media oder die vollständige Übernahme von BMG Rights Management durch Bertelsmann. Die Konsolidierung unter den Tageszeitungen setzte sich 2013 fort: neben der Rettung der insolventen „Frankfurter Rundschau“ durch die FAZ ist hier auch die vollständige Übernahme des „Südkurier“ durch die Mediengruppe Presse-Druck zu nennen.

¹ Zur Definition siehe Seite 4



Konzentration in den Handelsbereichen

Im Presse-Grosso setzt sich 2013 sich die Konsolidierung des deutschen Markts mit drei weiteren Fusionen bzw. Übernahmen fort. In erster Linie ist das eine Antwort auf den Preis- und Konditionendruck, den die großen Publikumsverlage auf die Grossisten ausüben.

Im stationären Buchhandel, der infolge des online-Wettbewerbs unter starkem strukturellem Druck steht, werden immer weniger lokale Buchhändler von Filialisten übernommen; wie bereits in den Vorjahren erfolgt hier die Nachfolge primär durch Geschäftsübergabe an Mitarbeiter oder andere Buchhändler.

Investorenverhalten spürbar verändert

Die digitale Transformation ist in vollem Gang, erstmals machen „klassische“ mediale Geschäftsmodelle² als Kaufobjekte weniger als die Hälfte aller registrierten Übernahmen und Beteiligungen aus. Ihr Anteil am Gesamtmarkt beträgt 2013 nur noch rund 48 %, vor 5 Jahren lag er noch bei 69 %; im b2c-Bereich sind heute sogar 3 von 4 Transaktionen digitale Medienmodelle³ in ihren verschiedenen Ausprägungen.(Chart 4)

Zugleich nehmen die Investitionen in andere digitale Angebote (Software, Datenbanken, digitale Services) sowie in andere Medienformate wie Event (Kongress, Messe, Seminar) oder Radio/TV und in Dienstleistungen (z.B. Logistik, Briefzustellung, Marktforschung, Agenturen) deutlich zu. Damit verändern sich auch die Geschäftsmodelle der Medienhäuser, wobei die großen Gruppen eine klare Vorreiterrolle einnehmen. Das historische Geschäftsmodell der Verlage, das Drucken von Inhalten und Anzeigen auf Papier, verliert damit beim externen Wachstum weiter an Bedeutung.

Ausblick 2014: Konjunkturelle Zuversicht wird den M&A-Markt beflügeln

Wie alle Investitionen sind auch M&A-Entscheidungen stark vom Markt- und Konjunkturklima abhängig. Die allgemeinen Erwartungen zu Beginn des Jahres 2014 sind positiv, was die M&A-Tätigkeit unterstützt.

Die großen Verlagsgruppen werden ihren strategischen Umbau konsequent fortsetzen. Aber der konjunkturelle „Rückenwind“ fördert auch die Bereitschaft mittelständischer Käufer und Verkäufer, das Gros der Player bei Übernahmen und Beteiligungen, zur Umsetzung ihrer strategischen Vorhaben.

Die Studie „Transaktionsmonitor Verlagswesen 2013“ erscheint am 30. Januar 2014. Sie enthält eine detaillierte Dokumentation aller 254 registrierten Transaktionen und ist gegen eine Schutzgebühr von 249 € (PDF-Version) bzw. 299 € (Print-Version) erhältlich über www.ba-cie.de

Zur Verwendung in der Berichterstattung finden Sie nachstehend 4 Grafiken

² Zur Definition siehe Seite 4

³ Zur Definition siehe Seite 4

Chart 1: Anzahl der registrierten Transaktionen 2009 bis 2013

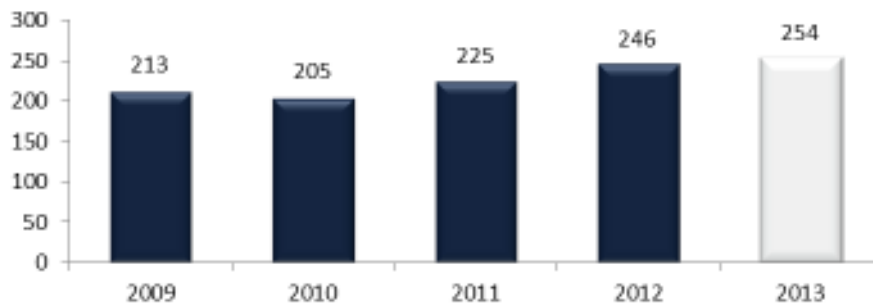
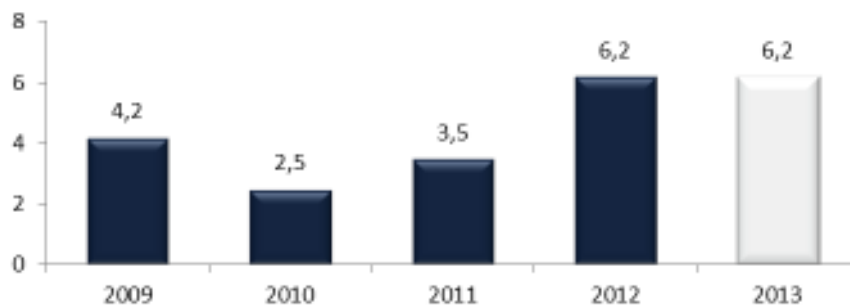
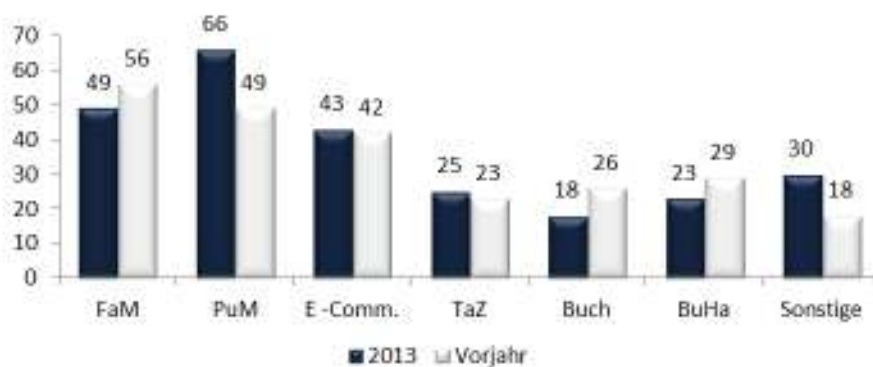


Chart 2: Marktvolumen (in Mrd. €) 2009 bis 2013



Achtung: Angaben zu Marktvolumen sind bezogen auf den Umsatz der Kauf- und Beteiligungsobjekte, nicht auf die Kaufpreise!

Chart 3: Verteilung der Transaktionen 2013 nach Marktsegment

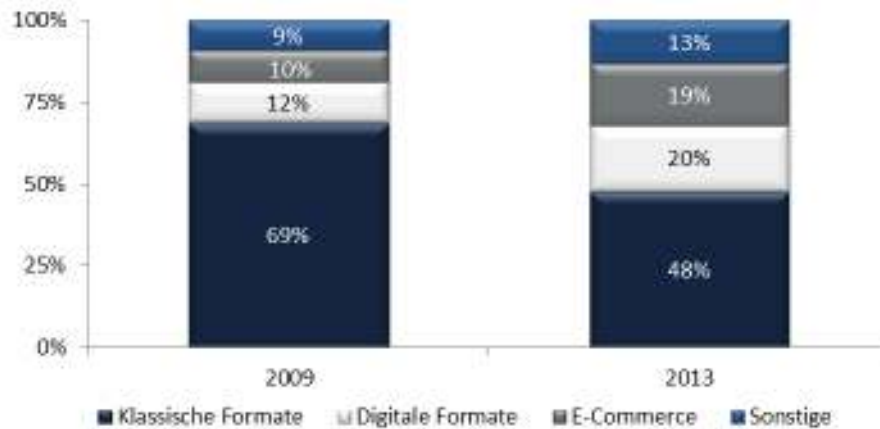


FaM = Fachmedien
TaZ = Tageszeitungen

PuM = Publikumsmedien
BuHa = Buchhandel

E-Comm = E-Commerce

Chart 4: Verteilung der Transaktionen nach Format (in %)



Formate: Definitionen

- Klassisch: Alle Printmedien (Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt, Buch, Loseblatt) sowie stationärer Buchhandel
- Digital: Portale (classified, content, community), Software, Datenbanken, digitale Services (z.B. interactive marketing, data analytics, targeting, SEO/SEA/SEM, payment and fulfillment, news aggregation, andere webbasierte Dienstleister)
- E-Commerce: Portale pure commerce/trade
- Sonstige: Veranstaltungen (Seminar, Kongress, Messe), Radio/TV, Dienstleistungen (z.B. Logistik, Briefzustellung, Marktforschung, Corporate Publishing)