



Bertelsmann steigert Umsatz und operatives Ergebnis auf höchste Werte seit sieben Jahren

Bertelsmann steigert Umsatz und operatives Ergebnis auf höchste Werte seit sieben Jahren - Umsatz steigt um 3,1 Prozent auf 16,7 Mrd. Euro - Operating EBITDA legt um 2,7 Prozent auf 2,37 Mrd. Euro zu - Konzernergebnis von Sondereinflüssen geprägt - Investitionen mit 1,6 Mrd. Euro weiter auf hohem Niveau - Fortschritte bei Strategieumsetzung verbessern Wachstumsprofil - Zusammenschluss von Penguin und Random House trägt zum Wachstum bei - Bildungsgeschäft als dritte Säule neben Medien und Dienstleistungen - Mittelfristig Konzernergebnis von 1 Mrd. Euro angestrebt - Bertelsmann hat im vergangenen Geschäftsjahr den Umsatz sowie das operative Ergebnis auf die höchsten Werte seit sieben Jahren gesteigert und gleichzeitig erneut in den Geschäftsaufbau investiert: Mit der Akquisition des E-Learning-Anbieters Relias Learning in den USA sowie den Mehrheitsübernahmen an dem Videovermarkter SpotXchange und dem Multichannel-Netzwerk StyleHaul verbesserte das internationale Medien-, Dienstleistungs- und Bildungsunternehmen sein Wachstumsprofil und baute sowohl das Digitalgeschäft als auch die internationale Präsenz aus. - Der Umsatz der fortgeführten Aktivitäten von Bertelsmann legte 2014 um 3,1 Prozent auf 16,7 Mrd. Euro (Vorjahr: 16,2 Mrd. Euro) zu. Hierzu trugen maßgeblich strategische Transaktionen bei wie der Zusammenschluss der Publikumsverlagsgruppen Penguin und Random House, der vollständige Erwerb des Musikrechteunternehmens BMG sowie der Ausbau der Finanz- und E-Commerce-Dienstleistungen bei Arvato. Dem stand der Rückbau strukturell rückläufiger Geschäfte gegenüber. - Das Operating EBITDA von Bertelsmann legte im vergangenen Geschäftsjahr um 2,7 Prozent auf 2,37 Mrd. Euro zu, ebenfalls der höchste Wert seit 2007 (Vorjahr: 2,31 Mrd. Euro). Das Ergebnis spiegelt insbesondere ein Rekordergebnis der Mediengruppe RTL Deutschland, ein starkes Bestsellergeschäft bei Penguin Random House in den USA und Großbritannien sowie Wachstum im Musikrechtgeschäft wider. Die EBITDA-Marge erreichte mit 14,2 Prozent (Vorjahr: 14,3 Prozent) erneut ein hohes Niveau. - Das Konzernergebnis lag mit 573 Mio. Euro unter dem Vorjahreswert von 885 Mio. Euro. Gründe sind der Rückbau der Druck- und Direktmarketinggeschäfte, Aufwendungen für Ergebnisverbesserungsmaßnahmen, eine Wertberichtigung im ungarischen TV-Geschäft sowie der Wegfall positiver Sondereinflüsse im Vorjahr. - Thomas Rabe, Vorstandsvorsitzender von Bertelsmann, erklärte: "Das Jahr 2014 lief für uns erfreulich: Unser Umsatz ist so hoch wie seit sieben Jahren nicht mehr. Dasselbe gilt für unser operatives Ergebnis, es ist eines der besten der Bertelsmann-Geschichte. Die Umsetzung unserer Strategie macht sich bezahlt. Auch im vergangenen Jahr sind uns zahlreiche wichtige Fortschritte gelungen. Wir haben unsere Aktivitäten in wachstumsstarken Bereichen deutlich erhöht, die weltweit einzigartige Vielfalt unserer Kreativangebote und Services noch einmal erweitert und uns gleichzeitig von strukturell rückläufigen Geschäften getrennt. Diese Transformation der vergangenen Jahre resultiert in einem deutlich verbesserten Wachstumsprofil des Unternehmens. Seit 2012 haben wir allein in Wachstumsgeschäfte mehr als zwei Milliarden Euro investiert. Wir werden dieses hohe Tempo beibehalten und auch in den kommenden Jahren in den Ausbau bestehender und den Aufbau neuer Geschäfte investieren. Die Konturen des "neuen Bertelsmann" sind bereits klar erkennbar - wachstumsstärker, digitaler und internationaler als zuvor. - Durch die erfolgreiche Umsetzung seiner Strategie erhöhte Bertelsmann den Umsatzbeitrag wachstumsstarker Geschäfte in 2014 auf 27 Prozent (2011: 22 Prozent). Der Umsatzanteil strukturell rückläufiger Geschäfte ging dagegen in den vergangenen drei Jahren von 15 Prozent auf weniger als 10 Prozent zurück. Mittelfristig soll der Beitrag wachstumsstarker Geschäfte zum Konzernumsatz auf etwa 40 Prozent ausgebaut, der Anteil strukturell rückläufiger Geschäfte dagegen auf rund fünf Prozent reduziert werden. - Thomas Rabe betonte, dass Bertelsmann 2014 sowie in den ersten Monaten des laufenden Jahres in allen vier strategischen Stoßrichtungen - Stärkung der Kerngeschäfte, digitale Transformation, Ausbau von Wachstumsplattformen und Expansion in Wachstumsregionen - deutlich vorangekommen sei. - So wurden die Kerngeschäfte gestärkt durch den Ausbau der Senderfamilien bei der RTL Group und wachsende Distributionsumsätze von Plattformbetreibern. Bei Penguin Random House, der weltweit größten Publikumsverlagsgruppe, schritt die Integration beider Unternehmen schneller als geplant voran; der Zusammenschluss zahlt sich bereits jetzt kreativ und wirtschaftlich aus: Penguin-Random-House-Verlage erzielten auf allen Kontinenten herausragende kreative Erfolge. Durch die Übernahme der spanisch- und portugiesischsprachigen Publikumsverlagsgeschäfte von Santillana in Lateinamerika stieg die Verlagsgruppe dort zur Nummer eins im spanischsprachigen Literaturmarkt auf. Ein strategischer Meilenstein für Bertelsmann war in 2014 die vollständige Übernahme von Gruner + Jahr. Bertelsmann wird Gruner + Jahr auch durch Investitionen in die Transformation des Unternehmens zu einem führenden Haus der Inhalte weiterentwickeln. Parallel intensivierte Bertelsmann den Rückbau strukturell rückläufiger Geschäfte: Der Konzern veräußerte unter anderem das US-Druckgeschäft Brown Printing, das italienische Druckgeschäft sowie das Kalendergeschäft und beschloss die Schließung der deutschen Clubgeschäfte zu Ende des laufenden Jahres. Zugleich startete Bertelsmann verschiedene Maßnahmen zur Verbesserung der Ergebnisse seiner Kerngeschäfte; die ein mittelfristiges Volumen von etwa 500 Mio. Euro haben. - Bertelsmann erhöhte außerdem seine Präsenz und Reichweite in der digitalen Welt. Die Catch-Up-Services, Web-Produktionen und -Kanäle sowie Multichannel-Networks der RTL Group verzeichneten 2014 insgesamt 36,4 Milliarden Onlinevideo-Abrufe. Hiermit avancierte die RTL Group zum weltweit viergrößten Anbieter von Bewegtbildinhalten im Internet. Penguin Random House erweiterte sein E-Book-Angebot auf mehr als 100.000 Titel und verkaufte weltweit mehr als 100 Millionen seiner Titel in elektronischer Form. Gruner + Jahr baute sowohl sein Portfolio an E-Magazinen, reichweitenstarken mobilen Angeboten und Apps als auch die digitale Werbevermarktung aus. Arvato erzielte als Dienstleister für Unternehmen aus den Bereichen IT, Hightech und E-Commerce weiteres Wachstum. Die verschiedenen Unternehmen und Redaktionen von Bertelsmann erreichten über ihre Social-Media-Kanäle inzwischen kumuliert mehr als 750 Mio. Follower auf Twitter, Facebook, Google+ und YouTube. - Ein wichtiger Meilenstein beim Ausbau von Wachstumsplattformen war 2014 die Übernahme des Online-Bildungsanbieters Relias Learning, die größte Akquisition von Bertelsmann in den USA seit der Übernahme von Random House 1998. Durch Investments in die kalifornische Hochschule Alliant sowie den Bildungsdienstleister Synergis Education wurde das Geschäftsfeld Bildung weiter ausgebaut. Die RTL-Group-Tochter Fremantle Media erwarb im vergangenen Jahr außerdem die Mehrheit am TV-Produktionsunternehmen 495 Productions, Arvato den E-Commerce-Dienstleister Netrada und BMG unter anderem die Musikverlage Talpa und Union Square sowie die Rechtekataloge Montana und Hal David. - Bertelsmann erweiterte zudem die geschäftlichen Aktivitäten in Wachstumsregionen. So baute das Unternehmen seine Inhaltegeschäfte aus, darunter beispielsweise das Publikumsverlagsgeschäft von Penguin Random House in Indien und das TV-Geschäft in Asien, wo die RTL Group gemeinsam mit CBS Studios International einen zweiten Pay-TV-Sender startete. Außerdem gelang BMG der Markteintritt in China. Parallel beteiligte sich der Fonds Bertelsmann Asia Investments 2014 an elf vielversprechenden Unternehmen mit überwiegend digitalem Geschäftsmodell - so viele wie nie zuvor - und steigerte den Wert seines Portfolios deutlich. Zu den Bertelsmann-Beteiligungen in China gehören unter anderem die Online-Shopping-Plattform Mogujie und das führende Online-Performance-Marketing-Unternehmen iClick. In Indien investierte Bertelsmann unter anderem in den digitalen Marktplatz Pepperfry und den Bildungsanbieter iNurture. - Bertelsmann-Chef Thomas Rabe: "Es gibt kaum ein Medienunternehmen, das sich derart rasant transformiert wie wir. Unsere starken Kerngeschäfte, die vielfältigen Wachstumsinitiativen sowie weitere Zukäufe werden dazu beitragen, das Umsatzvolumen in den kommenden Jahren sukzessive auf rund 20 Mrd. Euro zu steigern - je eine Milliarde werden hierzu unser Bildungsgeschäft sowie unsere Aktivitäten in den Wachstumsregionen Brasilien, China und Indien beisteuern. - Der fortgeführte Geschäftsaufbau resultierte 2014 in einem erneut hohen Investitionsvolumen: Einschließlich übernommener Finanzschulden investierte Bertelsmann im vergangenen Jahr 1,6 Mrd. Euro (Vorjahr: 2,0 Mrd. Euro), maßgeblich in die Akquisitionen von Relias Learning, SpotXchange und StyleHaul, Santillana sowie der Netrada-Gruppe. Dazu kamen Zukäufe von Musikatalogen und Filmrechtepaketen. Die Nettofinanzschulden erhöhten sich aufgrund der Akquisitionstätigkeit auf 1,69 Mrd. Euro (Vorjahr: 681 Mio. Euro). Der Vorjahreswert enthielt zudem Erlöse aus der Platzierung von Aktien der RTL Group. Die weiter gefassten wirtschaftlichen Schulden stiegen auch wegen höherer Pensionsrückstellungen zum 31. Dezember 2014 auf 6,04 Mrd. Euro nach 4,22 Mrd. Euro im Vorjahr. Der bereinigte Operating Free Cash Flow betrug 1,71 Mrd. Euro (Vorjahr: 1,83 Mrd. Euro). - Thomas Rabe weiter: "Bertelsmann ist auf Expansionskurs - wir sind gut in das laufende Jahr gestartet. Aufgrund der anhaltenden Transformation unseres Konzerns rechnen wir für 2015 mit einem höheren Umsatz und einem höheren Operating EBITDA. Das Konzernergebnis wollen wir mittelfristig deutlich steigern in Richtung einer Milliarde Euro. - Die Mitarbeiter werden an den erzielten Erfolgen beteiligt: Sie erhalten für das abgelaufene Geschäftsjahr Gewinn- und Erfolgsbeteiligungen in Höhe von insgesamt 85 Mio. Euro. - Für den Bertelsmann Genusschein 2001 (ISIN DE0005229942) werden

am 6. Mai 2015 gemäß den Genussscheinbedingungen erneut 15 Prozent auf den Grundbetrag ausgeschüttet. Die Ausschüttung für den Genussschein 1992 (ISIN DE0005229900) wird bei 5,93 Prozent (Vorjahr: 7,49 Prozent) liegen.
Weitere Eckwerte:
Sondereinflüsse
Die Sondereinflüsse beliefen sich auf -619 Mio. ? nach -46 Mio. ? im Vorjahr und sind vorwiegend auf die umgesetzten strategischen Maßnahmen in 2014 zurückzuführen. So führte der Rückbau strukturell rückläufiger Geschäfte zu Restrukturierungsaufwendungen und Wertberichtigungen in den Druck- sowie den Club- und Direktmarketinggeschäften von Bertelsmann. Im Zuge des Verkaufs des italienischen Druckgeschäfts von Be Printers entstand ein Veräußerungsverlust. Auch Aufwendungen für Ergebnisverbesserungsmaßnahmen schlugen in höheren Sondereinflüssen zu Buche. Dazu erfolgte eine Wertberichtigung auf das TV-Geschäft der RTL Group in Ungarn, wo das dortige Parlament eine neue Steuer auf Werbeeinnahmen erlassen hatte.
Cashflow
Im Berichtszeitraum wurde ein Cashflow aus der betrieblichen Geschäftstätigkeit in Höhe von 1.523 Mio. Euro generiert (Vorjahr: 1.779 Mio. Euro). Der nachhaltige, um Einmaleffekte bereinigte Operating Free Cash Flow betrug 1.711 Mio. Euro (Vorjahr: 1.826 Mio. Euro), die Cash Conversion Rate lag mit 97 Prozent (Vorjahr: 104 Prozent) im Zielkorridor von 90 bis 100 Prozent.
Bilanzsumme
Die Bilanzsumme zum 31. Dezember 2014 erhöhte sich auf 21,5 Mrd. Euro (Vorjahr: 21,4 Mrd. Euro). Der Anstieg resultiert im Wesentlichen aus den genannten Akquisitionen im Berichtszeitraum. Die liquiden Mittel reduzierten sich auf 1,3 Mrd. Euro (Vorjahr: 2,7 Mrd. Euro), dies ist vor allem auf die Rückzahlung von Finanzschulden im abgelaufenen Geschäftsjahr zurückzuführen. Das Eigenkapital lag bei 8,4 Mrd. ? (Vorjahr: 8,8 Mrd. ?), dadurch verringerte sich die Eigenkapitalquote leicht auf 38,9 Prozent (Vorjahr:
40,9 Prozent).
Investitionen
Die Gesamtinvestitionen einschließlich übernommener Finanzschulden betrugen 1.601 Mio. Euro (Vorjahr: 1.988 Mio. Euro). Die Kaufpreiszahlungen für konsolidierte Beteiligungen fielen durch die Akquisitionen von Relias Learning und Santillana sowie die Mehrheitsbeteiligungen an SpotXchange und StyleHaul mit 820 Mio. Euro höher aus als im Vorjahr (501 Mio. Euro). Das Gros weiterer Investitionen entfiel auf Sachanlagen bei Arvato, den Erwerb von Musikkatalogen bei BMG sowie Filmrechten bei der RTL Group.
Mitarbeiter
Zum Ende des Geschäftsjahres beschäftigte der Konzern weltweit 112.037 Mitarbeiter (Vorjahr: 111.099). Im Jahr 2014 absolvierten 1.312 Menschen (Vorjahr: 1.304) eine Berufsausbildung in den inländischen Bertelsmann-Unternehmen.
Unternehmensbereiche
RTL Group
Europas führender Unterhaltungskonzern verzeichnete im Geschäftsjahr 2014 einen nahezu stabilen Umsatz; das operative Ergebnis legte leicht zu. Der Umsatz der RTL Group sank um 0,3 Prozent auf 5,8 Mrd. ? (Vorjahr: 5,8 Mrd. ?). Einer Erholung in den meisten europäischen Werbemärkten standen dabei geringere Umsätze in Frankreich, bei der Produktionstochter Fremantle Media und bei UFA Sports gegenüber. Das Operating EBITDA wurde im Berichtszeitraum um 0,8 Prozent auf 1,3 Mrd. ? (Vorjahr: 1,3 Mrd.) gesteigert. Geringere Ergebnisbeiträge von RTL Radio in Frankreich, RTL Ungarn und Fremantle Media wurden durch deutliches Wachstum im deutschen Fernsehgeschäft mehr als ausgeglichen.
Die EBITDA-Marge betrug im Berichtsjahr 23,0 Prozent (Vorjahr: 22,7 Prozent). Die RTL Group beschäftigte zum Jahresende 11.768 Mitarbeiter (31. Dezember 2013: 11.491 Mitarbeiter).
Die europäischen TV-Werbemärkte entwickelten sich 2014 mit Ausnahme Belgiens durchweg stabil bis positiv. Besonders Deutschland verzeichnete Zuwächse, von denen auch die RTL Group profitierte. Die Mediengruppe RTL Deutschland steigerte erneut sowohl den Umsatz als auch das Ergebnis auf Rekordwerte. Neben steigenden Werbeumsätzen trugen dazu auch wachsende Distributionsumsätze von Plattformbetreibern bei. Der Hauptsender RTL Television blieb in der Hauptzielgruppe weiterhin klarer Marktführer, verzeichnete vor dem Hintergrund der von öffentlich-rechtlichen Sendern ausgestrahlten Großereignisse Olympia und Fußball-WM aber niedrigere Zuschauerquoten als im Vorjahr.
Die französische Groupe M6 lag beim Umsatz unter Vorjahr. Gründe waren rückläufige Werbeumsätze und der Verkauf des E-Commerce-Händlers Mistergooddeal, der nur teilweise durch den Erwerb des Homeshopping-Dienstleisters Best of TV ausgeglichen werden konnte. Das operative Ergebnis legte leicht zu. Der Hauptsender M6 verzeichnete angesichts einer zunehmenden Fragmentierung der Senderlandschaft leicht rückläufige Zuschauer- und Werbemarktanteile und reagierte darauf mit einer Programmmoffensive. RTL Nederland erzielte leicht höhere Umsätze und ein stabiles Operating EBITDA. Auch dort führte die Übertragung der Fußball-WM durch die öffentlich-rechtlichen Sender zu Rückgängen bei den Zuschauerquoten; die deutliche Führung in der Zuschauergerung konnte RTL Nederland aber behaupten.
Der Umsatz und das operative Ergebnis von Fremantle Media waren rückläufig, insbesondere wegen niedrigerer Erlöse aus dem Format "American Idol" und der Stornierung des Formats "X Factor US". Das Unternehmen investierte vermehrt in die Produktion originärer Web-Inhalte.
Die RTL Group stärkte ihr Kerngeschäft 2014 mit dem Aufbau neuer Sender (RTL Kockica in Kroatien, Geo TV in Deutschland und RTL CBS Extreme HD in Südostasien) sowie mit dem Erwerb der Produktionsgesellschaft 495 Productions in den USA. Sie baute ihre Digitalgeschäfte vor allem mit der Übernahme von StyleHaul aus, des führenden Multichannel-Netzwerks für Mode, Beauty und Lifestyle auf YouTube. Der Erwerb eines Mehrheitsanteils an SpotXchange, einer global führenden und schnell wachsenden Technologieplattform für Onlinevideowerbung, ermöglicht der RTL Group innovative Angebote im Bereich der Onlinewerbemarktung. Die Video-on-demand-Dienste, Multichannel-Netzwerke, mobilen Applikationen und Websites der RTL Group verzeichneten im Berichtsjahr 36,4 Mrd. Onlinevideo-Views (Vorjahr: 16,8 Mrd.) und damit ein starkes Wachstum.
Infolge der Einführung einer neuen Steuer auf Werbeeinnahmen in Ungarn wurden Wertberichtigungen in Höhe von insgesamt 95 Mio. ? auf die dortigen TV-Aktivitäten vorgenommen. Sondereffekte sind nicht im Operating EBITDA enthalten.
Penguin Random House
Die weltweit führende Publikumsverlagsgruppe Penguin Random House verzeichnete im ersten vollständigen Geschäftsjahr nach dem Zusammenschluss eine erfreuliche Geschäftsentwicklung. Der Umsatz stieg, maßgeblich bedingt durch Portfolioeffekte, um 25,2 Prozent auf 3,3 Mrd. ? (Vorjahr: 2,7 Mrd. ?), das Operating EBITDA legte kräftig um 24,5 Prozent auf 452 Mio. ? (Vorjahr: 363 Mio. ?) zu. Dahinter standen ein starkes Bestsellergeschäft insbesondere im Bereich der Kinder- und Jugendbücher sowie bei Begleitbüchern zu beliebten Filmen und TV-Serien, aber auch eine starke Performance der US-Verlage. Wesentliche Fortschritte wurden 2014 bei der Integration erzielt: Strukturen, Prozesse und Funktionen im Unternehmen wurden ohne Beeinträchtigung des operativen Geschäfts zusammengeführt bzw. neu aufgesetzt. Die EBITDA-Marge betrug im Berichtsjahr 13,6 Prozent (Vorjahr: 13,7 Prozent). Zum Jahresende beschäftigte die Buchverlagsgruppe, deren Anteile mit Ausnahme des vollständig zu Bertelsmann gehörenden deutschen Geschäfts zu 53 Prozent von Bertelsmann und zu 47 Prozent von Pearson gehalten werden, 12.812 Mitarbeiter (31. Dezember 2013: 11.838 Mitarbeiter). Penguin Random House erwarb im Berichtsjahr die spanisch- und portugiesischsprachigen Publikumsverlagsaktivitäten von Santillana Ediciones Generales inklusive des brasilianischen Verlags Objetiva. Die Gruppe stieg damit in Lateinamerika zur Nummer eins im spanischsprachigen Literaturmarkt auf.
Meistverkauftes Buch war 2014 John Greens Jugendroman "The Fault in Our Stars", von dem weltweit mehr als zehn Millionen Exemplare in gedruckter oder elektronischer Form abgesetzt wurden. Mehr als 17 Millionen Exemplare wurden international von Begleitbüchern zum Disney-Film "Frozen" verkauft. Auch Begleitbücher zu den Kinofilmen "Gone Girl" von Gillian Flynn, "Unbroken" von Laura Hillenbrand und "The Lego Movie" sowie zu den TV-Serien "A Song of Ice and Fire" von George R. R. Martin und "Outlander" von Diana Gabaldon fanden jeweils ein Millionenpublikum.
In den USA platzierte Penguin Random House 502 Print-Titel auf den Bestsellerlisten der "New York Times", davon 64 auf Platz eins. Über Kinder- und Begleitbücher hinaus waren insbesondere die Titel "Gray Mountain" von John Grisham, "The Invention of Wings" von Sue Monk Kidd sowie "Make It Ahead" von Ina Garten erfolgreich. Auch Penguin Random House Canada dominierte 2014 mit seinen Titeln die nationalen Bestsellerlisten. Penguin Random House UK erlebte trotz eines schwierigen Marktumfeldes ein solides Geschäftsjahr. Die dortigen Verlage stellten 43 Prozent der Top-Ten-Titel auf den Bestsellerlisten der "Sunday Times". "Girl Online" des YouTube-Stars Zoe Sugg alias Zoella verkaufte sich schneller als je ein Debütroman zuvor in Großbritannien. Zu den erfolgreichsten Veröffentlichungen zählten außerdem "The Fault in Our Stars" von John Green und "Diary of a Wimpy Kid: The Long Haul" von Jeff Kinney.
Ein stabiles Jahr verzeichnete die Verlagsgruppe Random House in Deutschland, die 358 Titel auf den "Spiegel"-Bestsellerlisten platzieren konnte. Meistverkaufte Werke waren "Der Distelfink" von Donna Tartt und "Krähennädchen" von Erik Axl Sund. Die Verlagsgruppe steigerte ihre E-Book-Verkäufe und Audio-Downloads. Die Penguin Random House Grupo Editorial konnte Schwächen im herausfordernden spanischen Buchmarkt mit starken Verkäufen in Lateinamerika überkompensieren. Bestseller waren unter anderem "El juego de Ripper" von Isabel Allende und "El umbral de la eternidad" von Ken Follett.
Penguin Random House baute in allen Märkten das Digitalgeschäft weiter aus. Das E-Book-Portfolio wuchs im Berichtsjahr auf über 100.000 Titel an. Die Verlage der Gruppe verkauften 2014 weltweit mehr als 100 Millionen E-Books.
Autoren von Penguin Random House gewannen prestigeträchtige Auszeichnungen, darunter einen Pulitzer-Preis für Dan Fagin mit "Toms River" (Non-Fiction) sowie einen Man-Booker-Preis für Richard Flanagan mit "The Narrow Road to the Deep North".
Gruner + Jahr
Der Umsatz von Gruner + Jahr war im Geschäftsjahr 2014 insbesondere wegen bewusst getätigter Desinvestitionen sowie sinkender Anzeigen- und Vertriebslöse rückläufig. Er ging um 13,3 Prozent auf 1,7 Mrd. ? (Vorjahr: 2,0 Mrd. ?) zurück. Das Operating EBITDA sank um 14,0 Prozent auf 166 Mio. ? (Vorjahr: 193 Mio. ?).
Ohne Berücksichtigung der verkauften Druckgeschäfte war das Operating EBITDA trotz höherer Investitionen in die digitale Transformation des Unternehmens weitgehend stabil. Die EBITDA-Marge betrug 9,5 Prozent (Vorjahr: 9,6 Prozent). G+J beschäftigte zum Jahresende 8.168 Mitarbeiter (31. Dezember 2013: 10.556 Mitarbeiter). Im November 2014 wurde Gruner + Jahr durch die Übernahme der restlichen 25,1 Prozent der Anteile durch Bertelsmann zu einer 100-prozentigen Tochter der Bertelsmann SE
 Co. KGaA. Ende Dezember änderte Gruner + Jahr die Rechtsform in eine GmbH
 Co. KG.
G+J Deutschland verzeichnete angesichts deutlich geringerer Anzeigenerlöse, leicht geringerer Vertriebslöse und der Veräußerung des Fachverlags G+J Entertainment Media einen Umsatzrückgang. Fortgesetzt hohe Investitionen in den Ausbau der Digitalaktivitäten belasteten zudem das

operative Ergebnis. Das Management von Gruner + Jahr legte im August 2014 ein umfassendes Effizienzprogramm auf. Mittelfristig sollen die Kosten in Deutschland um 75 Mio. ? gesenkt, unternehmensinterne Strukturen angepasst und der digitale Umbau vorangetrieben werden. Mit dem Launch zweier neuer Magazine, "Salon" und "Manual", wurde das Print-Portfolio erweitert. G+J entwickelte zahlreiche neue E-Mags und digitale Applikationen für seine Titel und baute das Digitalgeschäft erfolgreich aus. G+J Media Sales behauptete seinen hohen Marktanteil; der Digitalvermarkter EMS und der Performance-Vermarkter Ligatus wuchsen dynamisch. Gruner + Jahr stärkte seine Vermarktungskompetenz mit der Akquisition von Veesoo und Trnd. Der DPV wurde strategisch neu ausgerichtet und näher an die G+J-Marken gerückt; zugleich wurde der digitale Vertrieb ausgebaut. In Frankreich verbesserte Prisma Media trotz rückläufiger Anzeigen- und Vertriebslöse in einem insgesamt schrumpfenden Markt seine führende Position unter den Zeitschriftenverlagen. Der Umsatz blieb stabil, das Ergebnis war rückläufig. Im Digitalbereich verzeichnete Prisma Media deutliches Wachstum und einen signifikanten Ergebnisbeitrag. Die starke Marktposition wurde mit einer Beteiligung am Videovermarkter Advideum weiter ausgebaut. Die Verlagsgruppe News in Österreich war im Berichtsjahr anzeigen- und vertriebsseitig weiter stark unter Druck; im Juni 2014 gab es einen Wechsel an der Verlagsspitze. Der Rückzug von G+J aus den osteuropäischen Märkten wurde mit dem Verkauf der Anteile an der Adria Media Zagreb in Kroatien abgeschlossen. In Spanien erholte sich das Geschäft leicht. Die Aktivitäten in den Niederlanden entwickelten sich stabil, die Geschäfte von Gruner + Jahr in China waren vor dem Hintergrund sinkender Anzeigenerlöse deutlich rückläufig. Aus Indien zog sich G+J angesichts fehlender strategischer Perspektiven mit dem Verkauf aller Anteile an Networkplay Media, Seventynine und Maxposure zurück. Das Dresdner Druck- und Verlagshaus konnte organisch den Umsatz und das Ergebnis durch den Ausbau regionaler Zusatzangebote leicht steigern. Die Motor Presse Stuttgart verzeichnete einen leicht gesunkenen Umsatz, dank Kostenmaßnahmen aber zugleich höhere Ergebnisbeiträge. Die Digitalaktivitäten wuchsen. G+J veräußerte im Berichtsjahr im Zuge der Transformation die Druckerei Brown Printing in den USA. Auch 2014 wurden zahlreiche Journalisten und Autoren von G+J für ihre Arbeiten mit Preisen ausgezeichnet. Arvato Der internationale Technologiedienstleister Arvato verzeichnete im Geschäftsjahr 2014 steigende Umsätze und einen Rückgang beim operativen Ergebnis. Der Umsatz wuchs sowohl akquisitorisch als auch organisch und legte insgesamt um 6,2 Prozent auf 4,7 Mrd. ? (Vorjahr: 4,4 Mrd. ?) zu. Das Operating EBITDA ging wegen Anlaufverlusten für Neugeschäfte und Innovationen sowie zunehmenden Margendrucks in einigen Geschäften um 3,3 Prozent auf 384 Mio. ? (Vorjahr: 397 Mio. ?) zurück. Die EBITDA-Marge betrug 8,2 Prozent nach 9,0 Prozent im Vorjahr. Arvato beschäftigte zum Jahresende 70.653 Mitarbeiter (31. Dezember 2013: 66.303). Bei Arvato war das Geschäftsjahr unter anderem von der Einführung einer neuen Organisationsstruktur geprägt, mit der die Innovationskraft gestärkt, die Wachstumsdynamik nachhaltig erhöht und die weltweite Zusammenarbeit gefördert werden soll. Die Geschäfte sind seitdem in Solution Groups und nach Ländern geordnet. Deutliche Umsatzzuwächse verzeichnete Arvato im Berichtszeitraum vor allem in der Solution Group Supply Chain Management. Das Unternehmen war hier mit innovativen E-Commerce- und SCM-Lösungen für internationale Kunden aus den Branchen Internet, Hightech, Gesundheitswesen und Automobil erfolgreich; maßgeblich trug die Akquisition des E-Commerce-Dienstleisters Netrada zum Umsatzwachstum bei. Arvato stieg durch die Übernahme zum führenden europäischen Dienstleister für integrierte E-Commerce-Services im Bereich Fashion und Lifestyle auf. Im Segment Financial Solutions trieb Arvato die Internationalisierung der Geschäfte weiter voran und festigte die Position als einer der führenden Anbieter im schnell wachsenden Markt für Business Information und Finanzdienstleistungen. Vor allem die Aktivitäten in Nordeuropa wurden ausgebaut und Marktanteile hinzugewonnen. Mit dem Erwerb des niederländischen Finanzdienstleisters AfterPay stärkte Arvato seine Dienstleistungen im Bereich Risikomanagement-Lösungen. Die Umsätze der Solution Group Customer Relationship Management entwickelten sich im Berichtszeitraum in Deutschland, Großbritannien, Spanien und Nordamerika positiv, in China stabil und in Frankreich rückläufig. In Asien und Afrika baute Arvato für internationale Kunden neue Offshore-Standorte für Customer-Services-Lösungen auf bzw. aus. Außerdem wurde das deutsche Servicecenter-Netzwerk durch die Übernahme mehrerer Standorte mit mehr als 1.000 Mitarbeitern gestärkt. In Großbritannien entstanden Verluste im Zusammenhang mit einem Neugeschäft im öffentlichen Sektor. Die Nachfrage nach IT Solutions rund um die Themenfelder Anwendungsentwicklung und Systemintegration war 2014 ungebrochen. Dementsprechend konnte Arvato die Umsätze im Bereich IT Solutions erneut steigern und Großkunden wie Rheinmetall und McKesson neu hinzugewinnen. Dafür fielen zunächst hohe Set-up-Kosten an, die das Ergebnis in diesem Geschäftssegment belasteten. Die integrierten Druckgeschäfte von Arvato blieben in Summe stabil. Die Umsätze in der Speichermedienreplikation gingen erwartungsgemäß zurück; in Spanien stellte Arvato seine Replikationsaktivitäten zu Jahresbeginn ein. In Europa entwickelten sich die Arvato-Geschäfte unterschiedlich: So war die Umsatzperformance in Deutschland, Skandinavien, den Niederlanden und Irland gut, in Spanien, Großbritannien und Polen zufriedenstellend. Die Servicesgeschäfte in Frankreich hingegen konnten das Niveau des Vorjahres nicht halten. Die Umsätze auf dem nordamerikanischen Markt gingen aufgrund von Portfoliovereinbarungen zurück. In wichtigen Wachstumsmärkten wie der Türkei oder Indien konnten die Dienstleistungsgeschäfte ausgebaut sowie Neukunden akquiriert werden. In China entwickelte sich Arvato nahezu stabil. Für maßgeschneiderte und innovative Kundenlösungen wurde Arvato in verschiedenen Ländern der Welt mit renommierten Preisen ausgezeichnet. Be Printers Die im Unternehmensbereich Be Printers gebündelten Tiefdruckaktivitäten und internationalen Offsetdruckereien von Bertelsmann gaben im Geschäftsjahr 2014 sowohl beim Umsatz als auch beim operativen Ergebnis nach. Hintergrund waren die anhaltenden Überkapazitäten und der daraus resultierende Preisverfall im europäischen Tiefdruckmarkt sowie der Verkauf von Geschäftseinheiten. Auch der Technologiewandel hin zu mehr Offset- und Digitaldruck sowie sinkende Auflagen im Zeitschriftenbereich und bei der Print-Werbung belasteten den Umsatz der europäischen Geschäfte. In den USA entwickelte sich Be Printers im Buchdruck stabil. Die Erlöse von Be Printers sanken 2014 um 11,2 Prozent auf 1,0 Mrd. ? (Vorjahr: 1,1 Mrd. ?). Das Operating EBITDA verringerte sich um 30,4 Prozent auf 64 Mio. ? (Vorjahr: 92 Mio. ?). Die EBITDA-Marge betrug 6,4 Prozent nach 8,2 Prozent im Vorjahr. Be Printers beschäftigte zum Jahresende 4.108 Mitarbeiter (31. Dezember 2013: 6.201 Mitarbeiter). Für Be Printers lag der Schwerpunkt 2014 auf einem Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit bei Qualität und Kosten, um sich in rückläufigen Märkten zu behaupten. Dazu trugen die Schließung der Prinovis-Druckerei in Itzehoe und eine Konzentration auf die geografischen Kernmärkte des Unternehmens, aber auch eine Erweiterung der Produktpalette bei - etwa das Hybrid-Angebot von Tiefdruck und Offset bei Prinovis: Mit dieser Investition am Standort Dresden erweitert Prinovis die dortige Angebotspalette in Richtung kleinerer Auflagen, zusätzlicher Formate und kurzfristigerer Zeitpläne. Die Produktion am Standort Itzehoe wurde planmäßig zum 30. April 2014 eingestellt. In Ahrensburg verabschiedete die Belegschaft ein Zukunftspaket, das die Beschäftigung sichert und die Kosten senkt. In den USA erweiterte Be Printers den Marktzugang durch innovative Printprodukte für die Branchen Home Entertainment, Kosmetik, Gesundheit und Süßwaren. Be Printers verkaufte seine Druckereien in Italien sowie das dortige Kalendergeschäft; in Kolumbien wurde die Beteiligung an einer Druckerei veräußert. Be Printers verlängerte im Berichtszeitraum Verträge mit wichtigen europäischen Bestandskunden wie der Otto Group, den Mediengruppen Klambt, Axel Springer und Funke sowie mit G+J España. Die US-Druckereien von Be Printers sicherten sich mit dem erneuten Abschluss eines über fünf Jahre laufenden Druckvertrages mit der Buchverlagsgruppe Penguin Random House eine fortdauernde Auslastung im Bereich Buchdruck. Bei Be Printers wurde im Geschäftsjahr eine substantielle Abschreibung auf Prinovis vorgenommen. Sondereffekte sind nicht im Operating EBITDA enthalten. Corporate Investments/Corporate Center Der Bereich Corporate Investments, der alle operativen Aktivitäten von Bertelsmann auf Konzernebene umfasst, weist für 2014 einen niedrigeren Umsatz, zugleich aber ein stark gesteigertes operatives Ergebnis aus. Der Umsatz sank um 6,6 Prozent auf 510 Mio. ? (Vorjahr: 546 Mio. ?). Dynamisches Wachstum bei der Musikrechttochter BMG konnte Rückgänge durch den planmäßigen Rückbau der Club- und Direktmarketinggeschäfte zum Teil ausgleichen. Das Operating EBITDA stieg dank der positiven Entwicklung bei BMG um 120 Prozent auf 44 Mio. ? (Vorjahr: 20 Mio. ?). Die EBITDA-Marge betrug 8,6 Prozent nach 3,7 Prozent im Vorjahr. Bei Corporate Investments waren zum Jahresende 3.908 Mitarbeiter beschäftigt (31. Dezember 2013: 4.146 Mitarbeiter). Bertelsmann erzielte 2014 wesentliche Fortschritte beim Aufbau des neuen Geschäftsfeldes Bildung. Mit der US-Firma Relias Learning übernahm der Konzern im November einen schnell wachsenden und im Gesundheitswesen führenden E-Learning-Anbieter. Darüber hinaus erwarb Bertelsmann eine Minderheitsbeteiligung am US-Bildungsanbieter Udacity. Bei den Fonds University Ventures I und University Ventures II, deren Ankerinvestor Bertelsmann ist, wurden im Berichtsjahr weitere Investitionen in wachstumsstarke Unternehmen im Bildungssektor getätigt, darunter die Ponce School of Medicine in Puerto Rico sowie das innovative US-Start-up Galvanize. Die Musikrechttochter BMG wuchs 2014 sowohl organisch als auch durch gezielte Katalog- und Firmenübernahmen. So wurden der Musikverlag Talpa Music in den Niederlanden sowie die Labels Vagrant Records in den USA und Infectious Music in Großbritannien erworben, außerdem die Musikrechtekataloge Skint/Loaded, Hal David und Montana sowie der Vermarktungsspezialist Union Square Music. BMG nahm zahlreiche namhafte Künstler und Bands neu unter Vertrag, darunter in Deutschland die Beatsteaks, Kraftklub, Casper und BossHoss, in den USA Dave Stewart, The Strokes, Smashing Pumpkins und Faith Evans sowie in Großbritannien Simply Red, Simple Minds, Sigma, M.I.A. und den Komponisten Wayne Hector. BMG schloss das Jahr in Deutschland mit einem kumulierten Single-Charts-Anteil von 18 Prozent und damit als erfolgreichster Musikverlag des Landes ab. Die Künstler und Autoren des Unternehmens gewannen zahlreiche Grammy- und Echo-Preise. BMG eröffnete zu Jahresbeginn 2014 eine Niederlassung in Peking. Die Fonds Bertelsmann Digital Media Investments (BDMI), Bertelsmann Asia Investments (BAI) in China und Bertelsmann India Investments (BII) sowie das Corporate Center in Brasilien erweiterten ihr Investment-Portfolio im Berichtszeitraum auf insgesamt 92 Beteiligungen. BAI

beteiligte sich im Berichtsjahr neu an elf Unternehmen. Zu den neuen Investments in Indien zählten Onlinemarktplätze für Möbel und Immobilien. In Brasilien beteiligte sich Bertelsmann an einem Bildungsfonds mit Schwerpunkt auf Technologien. Mit dem Verkauf des Multichannel-Netzwerks StyleHaul an die RTL Group gelang BDMI ein erfolgreicher Exit.
Die Club- und Direktmarketinggeschäfte wurden im Berichtszeitraum weiter zurückgefahren bzw. geschlossen. Bertelsmann kündigte die Schließung des Clubs Bertelsmann mit allen verbliebenen Filialen in Deutschland zu Ende 2015 an. Der vom Club erfolgreich mitvertriebene E-Reader Tolino wird fortgeführt und weiterentwickelt. In Spanien wurde der verbliebene 50-Prozent-Anteil von Bertelsmann am Círculo de Lectores an den bisherigen Joint-Venture-Partner Planeta verkauft. Der im Vorjahr vereinbarte Verkauf der Clubgeschäfte in Tschechien und der Slowakei an einen tschechischen Investor wurde im März 2014 vollzogen. Die ukrainischen Clubaktivitäten gerieten vor dem Hintergrund des Konflikts in der Ostukraine stark unter Druck. Der operative Direktvertrieb von Inmediaone wurde zum 30. Juni 2014 eingestellt.
Der Bereich Corporate Center, der alle Zentralstandorte des Konzerns abbildet, unterstützte im Berichtsjahr wesentliche Transaktionen. Er steuerte zudem die konsequente Fortführung des mehrjährigen Programms "Operational Excellence", mit dem geschäftsunterstützende Prozesse in den Bereichen Personal, Finanzen/Buchhaltung, IT und Einkauf optimiert werden sollen. Auch die Ausrichtung eines Management Meetings und einer "Creativity Conference" mit namhaften Künstlern und Referenten in London zählten zu den Arbeitsschwerpunkten. Das Corporate Center begleitete die Einrichtung eines neuen Vorstandsressorts Personal mit den Schwerpunkten Talentmanagement und Führungskräfteentwicklung, das zum Jahreswechsel mit Immanuel Hermreck besetzt wurde.

Bertelsmann SE
 Co. KGaA
 Carl-Bertelsmann-Straße 270
 33311 Gütersloh
 Deutschland
 Telefon: +49 (0) 52 41-80-0
 Telefax: +49 (0) 52 41-80-623 21
 Mail: info@bertelsmann.de
 URL: http://www.bertelsmann.de

Pressekontakt

Bertelsmann SE & Co. KGaA

33311 Gütersloh

bertelsmann.de
info@bertelsmann.de

Firmenkontakt

Bertelsmann SE & Co. KGaA

33311 Gütersloh

bertelsmann.de
info@bertelsmann.de

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage