



Print unter Druck

24.06.2009 - 11:23 Uhr, Deloitte

Düsseldorf/München (ots) - Deloitte-Studie "Finanziellen Spielraum aktiv nutzen" zeigt Handlungsoptionen für Verlagshäuser

Der Druck auf Zeitungs- und Zeitschriftenverlage, die hauptsächlich von ihren Print-Erzeugnissen leben, steigt. Die Auflagen gehen seit zehn Jahren kontinuierlich zurück. Zudem ist der deutsche Werbemarkt rückläufig: Eine Entwicklung, die einerseits in den veränderten Gewohnheiten der Medienkonsumenten, andererseits in der aktuellen Konjunkturschwäche begründet ist. Die Deloitte-Studie "Finanziellen Spielraum aktiv nutzen - Zeitungs- und Zeitschriftenverlage in konvergierenden Medienmärkten", in der 15 deutsche Verlagshäuser, 36 internationale börsennotierte Zeitungs- und Zeitschriftenverlage sowie 13 Medienkonglomerate analysiert werden, zeigt: Die Branche steht vor einer Zäsur. Nach Jahren, die trotz sinkender Auflagen Gewinne brachten, kommen nun viele Unternehmen in ernsthafte Bedrängnis.

"Neben den rückgängigen Werbebuchungen zeigt sich die Dramatik besonders deutlich bei den weiter ansteigenden Rabatten. Zusätzlich werden die Vertriebs Erlöse trotz einzelner Copy-Preiserhöhungen weiter schrumpfen. Das traditionelle Geschäftsmodell der Verlage ist gefährdet", erklärt Klaus Böhm, Director Media bei Deloitte.

Der (noch) vorhandene finanzielle Spielraum lässt den Verlagen jedoch einige Bewegungsfreiheit, um dem Abwärtstrend aktiv gegenzusteuern. Deloitte hat hierzu sechs strategische Handlungsoptionen identifiziert: aktive Konsolidierung, Diversifikation, Internationalisierung, Fokussierung auf Nischenmärkte, geordneter Rückzug und Desinvestition.

Lage trotz zuletzt hoher M&A Aktivitäten kritisch Mit über 150 Transaktionen haben deutsche Verlage zwar in den letzten zwei Jahren bereits zahlreiche Initiativen zur Anpassung ihrer Geschäftsmodelle an die Konvergenzentwicklung im Technologie-, Medien- und Telekommunikationsmarkt ergriffen, Entspannung ist dennoch nicht in Sicht. Im Gegenteil: Die internationale Entwicklung - insbesondere in den USA - lässt Einbrüche befürchten.

Im Spannungsfeld zwischen aktiver Konsolidierung und Rückzug? Trotz zahlreicher Herausforderungen sind deutsche Unternehmen vergleichsweise gut aufgestellt. Im Vergleich zur internationalen Konkurrenz setzen sie ihr Kapital effizienter ein und erwirtschafteten zuletzt höhere Kapitalrenditen. Das bedeutet: Es existiert Spielraum zur Nutzung verschiedener strategischer Handlungsoptionen, um sich für die Zukunft entsprechend aufzustellen.

Strategische Handlungsoptionen:

- Aktive Konsolidierung - mit dem Ziel einer Markt- und Kostenführerschaft im Printgeschäft
- Diversifikation zu einem integrierten Medienkonzern - mit dem Ziel, digitale Wachstumsmärkte zu erschließen und Synergien zu schaffen
- Internationalisierung - mit dem Ziel, außerhalb des gesättigten deutschen Marktes zu wachsen
- Fokussierung auf Nischenmärkte - mit dem Ziel, spezielle Informations- und Unterhaltungsbedürfnisse abzudecken
- Geordneter Rückzug - mit dem Ziel, loyale und zahlungsbereite Leser zu halten, um den Free Cashflow zu optimieren
- Desinvestition - mit dem Ziel, über einen kurzfristigen Marktaustritt den maximalen Verkaufserlös zu erzielen

Ein Rückzug ist natürlich Ultima Ratio. Es gibt vieles, das vorher greifen kann. Der finanzielle Spielraum, den die Verlage noch haben, sollte genutzt werden, um eine aktive, gestaltende Rolle im strukturellen Wandel zu übernehmen. Bestehende Optionen müssen zeitnah quantifiziert und bewertet werden, um tragfähige Zukunftskonzepte entwickeln zu können" betont Dr. Heinrich H. Förster, Partner Corporate Finance bei Deloitte.

Die komplette Studie finden Sie unter

<http://www.deloitte.com/dtt/research/0,1015,cid%253D266347,00.html> zum Download.

Ende

Über Deloitte

Deloitte erbringt Dienstleistungen aus den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting und Corporate Finance für Unternehmen und Institutionen aus allen Wirtschaftszweigen. Mit einem Netzwerk von Mitgliedsgesellschaften in 140 Ländern verbindet Deloitte erstklassige Leistungen mit umfassender regionaler Marktcompetenz und verhilft so

Kunden in aller Welt zum Erfolg. "To be the Standard of Excellence" - für die 165.000 Mitarbeiter von Deloitte ist dies gemeinsame Vision und individueller Anspruch zugleich.

Die Mitarbeiter von Deloitte haben sich einer Unternehmenskultur verpflichtet, die auf vier Grundwerten basiert: erstklassige Leistung, gegenseitige Unterstützung, absolute Integrität und kreatives Zusammenwirken. Sie arbeiten in einem Umfeld, das herausfordernde Aufgaben und umfassende Entwicklungsmöglichkeiten bietet und in dem jeder Mitarbeiter aktiv und verantwortungsvoll dazu beiträgt, dem Vertrauen von Kunden und Öffentlichkeit gerecht zu werden.

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu, einen Verein schweizerischen Rechts, und/oder sein Netzwerk von Mitgliedsunternehmen. Jedes dieser Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig. Eine detaillierte Beschreibung der rechtlichen Struktur von Deloitte Touche Tohmatsu und seiner Mitgliedsunternehmen finden Sie auf [www.deloitte.com/de/ueberUns](http://www.deloitte.com/de/ueberUns).

© 2009 Deloitte & Touche GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Member of Deloitte Touche Tohmatsu

Pressekontakt:

Isabel Milojevic  
PR Manager  
Tel: +49 (0)89 29036 8825  
[imilojevic@deloitte.de](mailto:imilojevic@deloitte.de)

Originaltext:

Deloitte

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/60247/deloitte>

Pressemappe als RSS:

[http://presseportal.de/rss/pm\\_60247.rss2](http://presseportal.de/rss/pm_60247.rss2)