

Pressemitteilung

Sperrfrist: Dienstag, 29. März 2011, Beginn der Pressekonferenz – 10.30 Uhr

Bertelsmann übertrifft Gewinnprognose deutlich und erwartet für 2011 weiteren Anstieg

- **Konzernumsatz steigt 2010 um 4,5 Prozent auf 15,8 Mrd. Euro**
- **Operating EBIT legt deutlich auf 1.852 Mio. Euro zu**
- **Umsatzrendite erreicht mit 11,7 Prozent bisher höchsten Wert**
- **Konzernergebnis auf 656 Mio. Euro gesteigert**
- **Mit 118 Mio. Euro bisher höchste Gewinnbeteiligung für Mitarbeiter**

Berlin, 29. März 2011 – Das internationale Medienunternehmen Bertelsmann hat seine zum Halbjahr angehobene Prognose von mehr als 500 Mio. Euro beim Konzernergebnis deutlich übertroffen. Das Konzernergebnis wurde im Geschäftsjahr 2010 von 35 Mio. Euro im Vorjahr auf nunmehr 656 Mio. Euro vervielfacht. Für 2011 erwartet Bertelsmann einen weiteren Anstieg beim Nettogewinn.

Die am Dienstag präsentierte Bilanz weist darüber hinaus eine kräftige Umsatzerholung sowie einen sprunghaften Anstieg auch beim Operating EBIT aus. Die operative Umsatzrendite erreichte mit 11,7 Prozent Rekordniveau. Hintergrund sind gut laufende Geschäfte in einem verbesserten konjunkturellen Umfeld sowie nachhaltig wirkende Kostenmaßnahmen.

Der Vorstandsvorsitzende der Bertelsmann AG, Hartmut Ostrowski, erklärte: „2010, das Jahr unseres 175. Firmenjubiläums, war eines der bisher erfolgreichsten Geschäftsjahre für Bertelsmann. Wir haben die Wirtschaftskrise in kürzester Zeit überwunden und unsere Geschäfte deutlich nach vorne gebracht. Der Umsatz wächst, die Gewinne ziehen kräftig an und zentrale Kennziffern wie die Umsatzrendite oder die operative Mittelfreisetzung haben Bestwerte erreicht. Wir sind 2010 in unserer Strategie der langfristigen Wertsteigerung einen großen Schritt vorangekommen. Die Verschuldung haben wir dank der erfreulichen Geschäftsentwicklung so weit reduziert, dass jetzt signifikante Mittel für Investitionen frei werden. Wir werden diese Mittel zur Stärkung der Kerngeschäfte, zur Weiterentwicklung des Portfolios und zur Expansion in neue Wachstumsfelder einsetzen. Beispielsweise, indem wir Geschäfte nahe an den bestehenden Aktivitäten ausbauen – so etwa unsere breit gefächerten Digitalangebote, E-Commerce-Services für Firmenkunden oder Corporate Publishing. Wir werden weiter in Wachstumsregionen wie China und Indien vordringen, und wir werden ganz neue Geschäfte aufbauen. Der dynamische Aufstieg unseres Musikrechtegeschäfts BMG zeigt, wie Expansion gelingen kann, wenn Erfahrung, ein klares Konzept und ein attraktiver Markt zusammenkommen.“

Eine starke operative Performance wiesen 2010 vor allem die europäische Entertainmentgruppe RTL Group sowie die Zeitschriftentochter Gruner + Jahr auf, die maßgeblich von der anziehenden Werbekonjunktur profitierten und ihre Geschäfte in allen Kernbereichen einschließlich der Digitalangebote weiter ausbauten. Die RTL Group steigerte ihren Umsatz im Berichtszeitraum deutlich, das Operating EBIT erreichte einen historischen Bestwert. Auch Gruner + Jahr und die Publikumsverlagsgruppe Random House, die einen E-Book-Boom erlebte und mit ihrem Titelportfolio die Bestsellerlisten dominierte, legten gegenüber dem Vorjahr sowohl beim Umsatz als auch beim Operating EBIT zu. Gruner + Jahr übertraf beim Gewinn sogar das Vorkrisenniveau deutlich. Der Medien- und Kommunikationsdienstleister Arvato verzeichnete 2010 eine Erholung in den Druckgeschäften und Wachstum mit digitalen Dienstleistungen. Arvato überschritt beim Umsatz erstmals die Fünf-Milliarden-Euro-Grenze und hielt das operative Ergebnis stabil. Die Direct Group verzeichnete mit ihren Club- und Buchhandelsgeschäften nach dem Rückzug aus mehreren Ländern einen planmäßigen Umsatzrückgang; auch das Operating EBIT gab nach. Die deutschsprachigen Clubgeschäfte erzielten ein positives Ergebnis.

Bertelsmann gelang es 2010 in verschiedenen Branchen und Regionen, Marktanteile hinzuzugewinnen, so etwa im deutschen Zuschauermarkt, auf den TV-Werbemärkten in Deutschland, Frankreich und den Niederlanden, bei gedruckten und elektronischen Büchern in den USA, Großbritannien und Deutschland sowie im Druckgeschäft.

Der Konzernumsatz der fortgeführten Aktivitäten stieg 2010 um 4,5 Prozent auf 15,8 Mrd. Euro (Vj. auf vergleichbarer Basis: 15,1 Mrd. Euro). Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Sondereinflüssen (Operating EBIT) legte um knapp ein Drittel auf 1.852 Mio. Euro zu (Vj.: 1.438 Mio. Euro). Die Umsatzrendite erhöhte sich damit auf 11,7 Prozent (Vj.: 9,5 Prozent). Die Sondereinflüsse reduzierten sich im Berichtszeitraum auf -356 Mio. Euro (Vj.: -545 Mio. Euro). Unter dem Strich verblieb ein um 621 Mio. Euro auf 656 Mio. Euro gesteigertes Konzernergebnis.

Bertelsmann-CEO Ostrowski: „Die guten Zahlen sind eine Teamleistung, und in bester partnerschaftlicher Unternehmenstradition werden wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an diesem Erfolg beteiligen. Bertelsmann und seine Unternehmen werden für das abgelaufene Geschäftsjahr weltweit in Summe 118 Millionen Euro und damit mehr als je zuvor als Gewinn- und Erfolgsbeteiligung ausschütten – ein Rekord, der mich besonders froh stimmt.“

Die strikte Cash-Orientierung von Bertelsmann führte dazu, dass der Operating Free Cash Flow im Berichtszeitraum mit 2,1 Mrd. Euro (Vj.: 1,8 Mrd. Euro) auf Rekordniveau stieg. Dies trug zu einer Reduzierung der Nettofinanzschulden auf 1,9 Mrd. Euro (Vj.: 2,8 Mrd. Euro) bei. Die weiter gefassten wirtschaftlichen Schulden beliefen sich auf 4,9 Mrd. Euro und waren damit 1,1 Mrd. Euro geringer als im Vorjahr.

Bertelsmann-Finanzvorstand Thomas Rabe: „Die hohe operative Mittelfreisetzung hat es uns ermöglicht, die Verbindlichkeiten so weit zurückzuführen, dass wir die neue, selbstdefinierte Höchstgrenze von 2,5 für den Leverage Factor Ende 2010 mit 2,3 bereits unterschritten haben. Nettofinanzschulden von 1,9 Mrd. Euro stehen einem Operating EBITDA von 2,4 Mrd. Euro gegenüber. Anders gesagt: Das Thema Verschuldung ist für uns abgehakt. Bertelsmann ist aus finanzieller Sicht wieder bereit zu investieren.“

Ende Mai 2011 werden für den Genussschein 2001 gemäß den Genussscheinbedingungen erneut 15 Prozent auf den Grundbetrag ausgeschüttet. Die Ausschüttung für den „alten“ Genussschein aus dem Jahr 1992 wird bei 7,23 Prozent (Vj. 3,97 Prozent) liegen.

Zu den Aussichten für das laufende Geschäftsjahr sagte Rabe: „Sofern die konjunkturellen Erwartungen für die geographischen Kernmärkte Westeuropa und USA eintreten, erwartet Bertelsmann für 2011 ein moderates Umsatzwachstum im Gleichklang mit der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung. Das operative Ergebnis wollen wir auf dem erreichten hohen Niveau stabil halten, das Konzernergebnis wird vor dem Hintergrund geringerer Sondereffekte steigen.“

Weitere Eckwerte:

BVA

Die zentrale Kennzahl Bertelsmann Value Added (BVA) stieg 2010 von 50 Mio. Euro im Vorjahr auf 371 Mio. Euro. Der BVA misst den über die angemessene Verzinsung des investierten Kapitals hinaus erwirtschafteten Gewinn und berechnet sich aus der Differenz von Net Operating Profit After Tax (NOPAT) und Kapitalkosten.

Sondereinflüsse

Die Sondereinflüsse beliefen sich im Geschäftsjahr 2010 auf -356 Mio. Euro nach -545 Mio. Euro im Vorjahr. Sie entfielen auf Firmenwertabschreibungen sowie auf außerplanmäßige Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer und Finanzanlagen in Höhe von insgesamt -216 Mio. Euro (Vj.: -179 Mio. Euro). Abschreibungen ergaben sich unter anderem aus der Neueinschätzung der Geschäftssituation der Direct Group France sowie im griechischen TV-Geschäft.

Cash Flow

Im Berichtszeitraum wurde ein Cash Flow aus der betrieblichen Geschäftstätigkeit in Höhe von 2.052 Mio. Euro (Vj.: 1.777 Mio. Euro) generiert. Der nachhaltige, um Einmaleffekte bereinigte Operating Free Cash Flow betrug 2.075 Mio. Euro (Vj.: 1.771 Mio. Euro). Die Cash Conversion Rate lag mit 112 Prozent (Vj.: 125 Prozent) weiterhin auf einem hohen Niveau.

Bilanzsumme

Die Bilanzsumme betrug zum 31. Dezember 2010 18,8 Mrd. Euro (31. Dezember 2009: 19,4 Mrd. Euro). Der Rückgang der Bilanzsumme ist vor allem auf die Rückzahlung von Finanzschulden sowie den Genussscheinrückkauf aus liquiden Mitteln zurückzuführen. Das Eigenkapital erhöhte sich infolge der Ergebnisverbesserung von 6,0 Mrd. Euro auf 6,5 Mrd. Euro. Damit ergab sich eine Eigenkapitalquote von 34,5 Prozent (Vj.: 30,9 Prozent).

Investitionen

Die Investitionen lagen im Geschäftsjahr 2010 mit 753 Mio. Euro über dem Niveau des Vorjahres (Vj.: 662 Mio. Euro); das Gros entfiel auf die RTL Group und Arvato.

Mitarbeiter

Zum Ende des Geschäftsjahres beschäftigte der Konzern weltweit 104.419 Mitarbeiter (Vj.: 102.704). Der Anstieg um 1.715 Beschäftigte ist neben organischem Wachstum auch auf Akquisitionen zurückzuführen.

Unternehmensbereiche:

Europas führender Unterhaltungskonzern **RTL Group** profitierte 2010 von einem kräftigen Wachstum der TV-Werbemärkte in Westeuropa, von erfolgreichen Programmen und den umfangreichen Kostensenkungsmaßnahmen des Vorjahres. Der Umsatz der fortgeführten Aktivitäten wurde um 8,4 Prozent auf 5,6 Mrd. Euro gesteigert (Vj.: 5,2 Mrd. Euro), das Operating EBIT um 36,7 Prozent auf 1,1 Mrd. Euro (Vj.: 806 Mio. Euro). Die Umsatzrendite verbesserte sich auf 19,7 Prozent nach 15,6 Prozent im Vorjahr. Die RTL Group verkaufte im Berichtszeitraum den britischen Fernsehsender Five an die Mediengruppe Northern & Shell; die Vergleichszahlen des Vorjahres wurden entsprechend angepasst. Zum Jahresende beschäftigte die RTL Group 12.339 Mitarbeiter (31. Dezember 2009: 12.241). Zur guten Ergebnisentwicklung trugen vor allem starke Geschäftsverläufe bei der Mediengruppe RTL Deutschland, bei der Groupe M6 in Frankreich und bei RTL Nederland bei. Auf den Zuschauermärkten behauptete die RTL Group ihre führenden Positionen in wichtigen Ländern, obwohl die quotenträchtigen Spiele der Fußball-WM bis auf wenige Ausnahmen bei Wettbewerbern übertragen wurden. Die Mediengruppe RTL Deutschland verbesserte ihr Ergebnis und ihre Marktposition spürbar. Der Zuschauermarktanteil der deutschen Senderfamilie erreichte in der Hauptzielgruppe den Rekordwert von 35 Prozent; das Flaggschiff RTL Television setzte sich erstmals seit 2003 mit einem Marktanteil von 13,6 Prozent auch beim Gesamtpublikum an die Spitze. Formate wie „Deutschland sucht den Superstar“ und „Das Supertalent“ erzielten Rekorderdschaltquoten. In Frankreich trugen sowohl der Hauptsender M6 als auch die Digitalsender der Gruppe und die Diversifikationsgeschäfte wie Merchandising, E-Commerce und Mobilfunkkooperationen zur verbesserten Performance bei. Die zunehmende Verbreitung des digital-terrestrischen Fernsehens in Frankreich führte bei M6 wie auch bei allen anderen Vollprogramm-Anbietern zu Marktanteilsverlusten. Gemeinsam konnten die Sender der Groupe M6 ihren Zuschauermarktanteil indessen auf 14,3 Prozent leicht steigern. Der digitale Free-TV-Sender W9 wuchs weiter stark. Auch RTL Nederland legte in der Zuschauergunst zu und erzielte 2010 Rekordquoten. Fremantle Media, der Produktionsarm der RTL Group, konnte dank zahlreicher internationaler Erfolgsformate den Umsatz steigern, verzeichnete wegen hohen Margendruckes aber ein verringertes Operating EBIT. Die von Fremantle Media produzierten Castingshows erzielten in allen Kernmärkten außerordentlich hohe Einschaltquoten. Fremantle Media erwarb im Berichtszeitraum Anteile an mehreren Produktionsfirmen, darunter an der US-Produktionsfirma Radical Media und am kanadischen Spieleentwickler Ludia. Die RTL Group investierte 2010 weiter in den Ausbau ihrer digitalen Geschäftsfelder wie Spartenkanäle, Online-Videodienste und High-Definition-Angebote sowie in Diversifikationsgeschäfte. Die vielfältigen Online- und On-Demand-Plattformen der Gruppe in Europa verzeichneten rund 1,4 Milliarden Videoabrufe. Tochterfirmen der RTL Group starteten mehr als 60 mobile Applikationen, die hohe Download-Zahlen erzielten. Digitale Bezahlkanäle in Deutschland, Frankreich und den Niederlanden arbeiteten profitabel.

Die weltweit führende Publikumsverlagsgruppe **Random House** steigerte 2010 dank eines starken Titelfolios, eines rasch wachsenden Digitalgeschäfts und positiver Währungseffekte sowohl ihren Umsatz als auch das operative Ergebnis. Zu der verbesserten Performance trugen auch fortgesetzte Kostenmaßnahmen bei. Der Umsatz lag mit 1,8 Mrd. Euro um 6,1 Prozent höher als im Vorjahr (1,7 Mrd. Euro); das Operating EBIT stieg um 26,3 Prozent auf 173 Mio. Euro (Vj.: 137 Mio. Euro). Die Umsatzrendite erreichte 9,5 Prozent nach 8,0 Prozent im Vorjahr. Zum Jahresende beschäftigte Random House 5.264 Mitarbeiter (31. Dezember 2009: 5.432). Die Random-House-Verlage veröffentlichten 2010 mehrere der weltweit meistverkauften Printtitel und E-Books, wobei gedruckte Bücher weiterhin das vorherrschende Leseformat darstellen. Vor dem Hintergrund der wachsenden Verbreitung von E-Readern und Tablet-PCs dehnte Random House zugleich seine E-Book-Programme auf insgesamt mehr als 25.000 Titel aus. Weltweit legten die Digitalverkäufe der Verlagsgruppe binnen Jahresfrist um rund 250 Prozent zu. In den USA wurden einige Romantitel in der ersten Verkaufswoche bereits zu mehr als 50 Prozent elektronisch abgesetzt. Im größten Buchmarkt USA konnte Random House 230 Titel auf den Bestsellerlisten der „New York Times“ platzieren, darunter 25 Titel auf Platz eins.

Das Buch „Decision Points“ des früheren US-Präsidenten George W. Bush verkaufte sich in den ersten acht Wochen mehr als zwei Millionen Mal gedruckt und elektronisch. Die Millennium-Trilogie von Stieg Larsson setzte ihren Erfolg fort; die Titel wurden als Hardcover, Taschenbuch, Hörbuch und E-Book im vergangenen Jahr allein in den USA rund 13 Millionen Mal verkauft. Weitere zwei Millionen Larsson-Bücher setzte die Verlagsgruppe Random House in Deutschland im Taschenbuchformat ab. Im deutschsprachigen Raum kamen sechs der zehn meistverkauften Titel von Verlagen der Verlagsgruppe Random House, darunter „Deutschland schafft sich ab“ von Thilo Sarrazin – das einzige Buch, das sich 2010 in Deutschland mehr als eine Million Mal verkaufte. Die Verlagsgruppe Random House übernahm im Berichtszeitraum den renommierten Hörverlag DHV. In Großbritannien steuerte die Random House Group UK nahezu ein Drittel aller Titel auf den Bestsellerlisten der „Sunday Times“ und mehr Nummer-eins-Titel als jede andere Verlagsgruppe bei. Die Memoiren des ehemaligen britischen Premierministers Tony Blair („A Journey“) erzielten bei der Erstveröffentlichung Rekordverkaufszahlen. Im spanischsprachigen Raum stellte Random House Mondadori mit „La Caída de los Gigantes“ von Ken Follett und „Dime quién soy“ von Julia Navarro zwei der fünf meistverkauften Titel. Random-House-Autoren wurden im Berichtszeitraum mit zahlreichen prestigeträchtigen Auszeichnungen bedacht, darunter zwei Pulitzer-Preisen: T. J. Stiles erhielt die Auszeichnung für sein Werk „The First Tycoon“ (Biography) und David E. Hoffman für „The Dead Hand“ (General Nonfiction).

Der führende europäische Zeitschriftenverlag **Gruner + Jahr** profitierte 2010 von steigenden Anzeigenerlösen in wichtigen Märkten und Kostensenkungsmaßnahmen. Der Umsatz wurde leicht um 1,6 Prozent auf 2,5 Mrd. Euro (Vj.: 2,5 Mrd. Euro) gesteigert, das Operating EBIT legte kräftig um 41,4 Prozent auf 287 Mio. Euro (Vj.: 203 Mio. Euro) zu. Das operative Ergebnis übertraf damit das Vorkrisenniveau deutlich. Die Umsatzrendite erreichte im Berichtszeitraum 11,2 Prozent nach 8,1 Prozent im Vorjahr. Gruner + Jahr beschäftigte zum Jahresende 13.337 Mitarbeiter (31. Dezember 2009: 13.571). G+J Deutschland verzeichnete dank eines verbesserten Anzeigengeschäfts, nachhaltig wirkender Strukturveränderungen und anhaltender Kostendisziplin einen sehr positiven Geschäftsverlauf. Das operative Ergebnis übertraf trotz leicht rückläufiger Vertriebs Erlöse sowohl das Niveau des Vorjahres als auch das aus Vorkrisenzeiten. Im Anzeigengeschäft konnte G+J Deutschland deutlich zulegen, das Bruttowerbevolumen wuchs oberhalb des Marktniveaus. Dieser Marktanteilsgewinn basiert auf der guten Performance der starken Marken – allen voran „Stern“, „Gala“ und die Marken der G+J-Wirtschaftsmedien – sowie auf der erfolgreichen Umorganisation des Vermarkters G+J Media Sales. Gruner + Jahr erwarb im Berichtszeitraum 51 Prozent am Verlag des Fußballmagazins „11 Freunde“. Der Ausbau des Kerngeschäfts wurde etwa im Bereich Corporate Publishing mit zahlreichen Neukunden vorangetrieben. Die Digitalgeschäfte wurden mit dem Launch des Online-Kiosks „Pubbles“ gestärkt, der zu gleichen Teilen vom DPV und der Direct Group Bertelsmann gehalten wird. Das Erlöswachstum im deutschen Digitalgeschäft liegt über dem Marktdurchschnitt, im Wesentlichen resultierend aus den Online-Sites der Printmarken sowie aus Chefkoch.de, xx-well.com und dem Ausbau des Vermarktungsgeschäfts der EMS (u. a. Ligatus). Bei Prisma Presse in Frankreich verbesserte sich die Ergebnissituation gegenüber dem Vorjahr erheblich. Im Dezember startete der Umzug aller Mitarbeiter an den neuen Verlagsstandort in Gennevilliers. In Spanien zeigten sich die Anzeigen- und Vertriebsmärkte in einem nach wie vor schwierigen Konjunkturmilieu weiter rückläufig. Gruner + Jahr wirtschaftete dort dank 2009 eingeleiteter Sanierungsschritte und fortgesetzter Kostenmaßnahmen dennoch wieder deutlich profitabel. In China legten die Anzeigenumsätze überdurchschnittlich zu. Die Magazine der Ray-Li-Gruppe waren wirtschaftlich weiterhin sehr erfolgreich. In Österreich zeigte sich die News-Gruppe bei stabilen Umsätzen ertragsstark. Die wesentlichen G+J-Beteiligungen entwickelten sich ebenfalls positiv: Das hochprofitable Dresdner Druck- und Verlagshaus konnte seine Umsätze leicht steigern. Die Märkte für hochauflagige Druckprodukte waren in Nordamerika und Europa durch große Überkapazitäten und Preisdruck gekennzeichnet; Kapazitätsstilllegungen und die aufgehellte konjunkturelle Situation führten indessen zu einer Trendverbesserung im Jahresverlauf. So konnten Brown Printing und der gemeinsam mit Arvato und der Axel Springer AG betriebene Tiefdruckkonzern Prinovis dank neuer Kunden bei den Marktanteilen und im operativen Ergebnis zulegen.

Mit Wirkung zum Jahresende wurde das G+J-Stammhaus „Am Baumwall“ in Hamburg aus einem Finanzierungsleasingvertrag heraus erworben. In Deutschland und weiteren Ländern wurden auch 2010 die Arbeiten zahlreicher G+J-Journalisten mit Preisen ausgezeichnet.

Der Medien- und Kommunikationsdienstleister **Arvato** hat 2010 durch die Ausweitung der bestehenden Geschäfte, den Aufbau neuer Services und den Zugewinn neuer Kunden seinen Umsatz gesteigert; das operative Ergebnis blieb stabil. Der Umsatz stieg um 5,3 Prozent auf 5,1 Mrd. Euro (Vj.: 4,8 Mrd. Euro) und lag damit erstmals über der Grenze von fünf Mrd. Euro; das Operating EBIT lag mit 350 Mio. Euro um 1,4 Prozent über dem Vorjahreswert von 345 Mio. Euro. Von der positiven Geschäftsentwicklung auf Konzernebene im Jahr 2010 profitieren auch die Arvato-Mitarbeiter, an die mehr als 40 Mio. Euro Gewinn- und Erfolgsbeteiligung ausgeschüttet werden, mit entsprechenden Auswirkungen auf die Umsatzrendite von Arvato. Die Rendite betrug 6,9 Prozent (Vj.: 7,1 Prozent). Arvato beschäftigte zum Jahresende 63.985 Mitarbeiter (31. Dezember 2009: 60.323). Arvato trieb im Jahr 2010 die Transformation zu einem Anbieter integrierter Marktlösungen in allen Geschäftsbereichen voran. Die Druckdienstleistungssparte Arvato Print konnte den Umsatz im Berichtsjahr steigern und gewann Marktanteile. Während sich die Arvato-Druckereien in Deutschland sehr gut entwickelten und die Geschäfte in den USA stabil blieben, war die Situation auf den südeuropäischen Druckmärkten weiterhin angespannt. Das Jahr 2010 stand bei Arvato Print erneut im Zeichen des Wandels zu einem integrierten Dienstleister rund um die Druckproduktion. So erweiterte die Print-Gruppe beispielsweise in Deutschland ihr Serviceportfolio um den Geschäftsbereich Prospektdruck und produzierte für die Neukunden Netto und Real in Summe fast eine Milliarde Werbebroschüren. Der Tiefdruckkonzern Prinovis, den Arvato gemeinsam mit Gruner + Jahr und der Axel Springer AG betreibt, konnte sich in einem weiterhin schwierigen Marktumfeld behaupten. Die Dienstleistungsgeschäfte von Arvato entwickelten sich in einzelnen Ländern, Märkten und Sparten sehr unterschiedlich. Wachstumstreiber waren vor allem die französischen Call-Center-Aktivitäten und das weltweite Finanzdienstleistungsgeschäft. Gut entwickelten sich zudem die Services-Aktivitäten in Großbritannien, Asien und Osteuropa. Die Dienstleistungsunternehmen auf der iberischen Halbinsel und das deutsche Customer-Care-Geschäft standen hingegen aufgrund schwieriger Marktbedingungen weiter unter Druck. Mit dem weiteren Ausbau der Distributionsdienstleistungen in China und Indien, dem Ausbau des europaweiten Pharmageschäfts und der Akquise von Neukunden im zukunftssträchtigen Online-Handel erweiterte Arvato Services seine internationalen Aktivitäten im Supply Chain Management. Die Kundenbindungsgeschäfte blieben in Summe stabil. Arvato übernahm 2010 die ausstehenden Anteile an der Arvato-Infoscore-Gruppe. Die Produktions- und Dienstleistungsgeschäfte von Arvato Digital Services legten 2010 bei weltweit rückläufigen CD- und DVD-Produktionsvolumina leicht zu. Durch den konsequenten Ausbau integrierter Lösungsangebote konnten neue Kunden gewonnen, Geschäftsbeziehungen zu Bestandskunden deutlich ausgebaut und Marktanteile hinzugewonnen werden. Zudem wurde weltweit in den Ausbau der Produktionskapazitäten für das hochauflösende Blu-ray-Format investiert. In Europa gelang Arvato Digital Services der Einstieg in das vielversprechende Geschäftsfeld Merchandising, zudem etablierte sich das Unternehmen als innovativer Anbieter im Bereich Electronic Software Distribution. Wachstum verzeichneten darüber hinaus die Speichermediengeschäfte in Asien, Südamerika und insbesondere in Brasilien. Die Direktvertriebsorganisation Inmediaone steigerte sowohl den Umsatz als auch das Ergebnis. Unter der Dachmarke Brockhaus wurden mit Sclaris und Presclaris neue internetbasierte Lernangebote am Markt etabliert. Eine positive Bilanz kann auch der IT-Dienstleister Arvato Systems ziehen. Das Unternehmen wies 2010 profitables Wachstum auf.

Die **Direct Group** verzeichnete mit ihren Club- und Buchhandelsgeschäften 2010 einen Rückgang beim Umsatz und beim operativen Ergebnis; Hintergrund sind der Rückzug aus mehreren Ländern sowie sinkende Mitglieder- und Buchhandelsumsätze in wichtigen Märkten. Der Umsatz sank um 14,2 Prozent auf 1,1 Mrd. Euro (Vj.: 1,2 Mrd. Euro), das Operating EBIT um 14,3 Prozent auf 24 Mio. Euro nach 28 Mio. Euro im Vorjahr. Die Umsatzrendite betrug

2,2 Prozent (Vj.: 2,2 Prozent). Die Direct Group beschäftigte zum Jahresende 8.485 Mitarbeiter (31. Dezember 2009: 10.087); der Rückgang reflektiert vor allem die Portfolioveränderungen. In Spanien wurde der Círculo de Lectores in ein Joint Venture mit der Mediengruppe Planeta eingebracht. Die Vereinbarung sieht vor, in Planeta-Buchhandlungen vermehrt Verkaufsflächen des Círculo einzurichten und so den Vertrieb zu stärken. Planeta und der Círculo initiierten darüber hinaus eine enge Kooperation beim Direktmarketing, um neue Kundengruppen zu erschließen und die Produktpalette zu verbreitern. In Deutschland testete die Direct Group verschiedene offene Buchhandelskonzepte, um der sinkenden Bereitschaft der Kunden, sich an Clubs zu binden, entgegenzuwirken. Kundeninteresse und Umsätze entwickelten sich positiv. Bei Direktmarketinggeschäften wie Reisen und Gewinnspielen standen eine Optimierung und das Aufsetzen neuer Projekte im Vordergrund. Die Anzahl der klassischen Club-Filialen wurde im Berichtszeitraum reduziert. Die Digitalgeschäfte wurden mit dem Launch des Online-Kiosks „Pubbles“ für digitale Zeitschriften- und Zeitungsinhalte sowie E-Books erweitert, dessen Gesellschaftsanteile zu gleichen Teilen von der Direct Group und der G+J-Tochter DPV gehalten werden. In Frankreich entwickelten sich die Umsätze der Clubgeschäfte um das Flaggschiff France Loisirs ebenso wie die Buchhandelsgeschäfte unter der Marke Chapitre.com rückläufig. Im Online-Geschäft verzeichnete Chapitre.com allerdings deutliche Umsatzzuwächse. Die Direct Group France brachte mit dem Oyo den ersten E-Reader auf den französischen Markt. Im Berichtszeitraum startete eine Überprüfung der strategischen Optionen für die französischen Direct-Group-Geschäfte. Erfreulich entwickelten sich die Aktivitäten der Direct Group in Osteuropa. Die Marktführerschaft im ukrainischen Club-, Verlags- und Distributionsgeschäft wurde ausgebaut, die führenden Positionen in Tschechien und der Slowakei wurden gehalten. Für die polnischen Aktivitäten wurde ein Verkaufsprozess eingeleitet. Die Direct Group verkaufte im Berichtszeitraum ihre Club- und Buchhandelsaktivitäten in Portugal, Italien, Australien und Neuseeland.

Der Bereich **Corporate**, der das Corporate Center des Bertelsmann-Konzerns sowie die Corporate Investments umfasst, weist für 2010 ein Operating EBIT von -88 Mio. Euro nach -84 Mio. Euro im Vorjahr aus. Die Veränderung ist unter anderem auf planmäßige Anlaufkosten für den Geschäftsausbau des gemeinsam von Bertelsmann und KKR betriebenen Musikrechteunternehmens BMG zurückzuführen. Darüber hinaus wurden für das wirtschaftlich starke Geschäftsjahr 2010 Rückstellungen für die Mitarbeitergewinnbeteiligung gebildet. Entlastend wirkten Effizienzmaßnahmen, insbesondere die Reorganisation des Corporate Centers. Beispielsweise entstanden durch die Herauslösung einzelner Service-Funktionen und die Zusammenführung mit Arvato-Einheiten neue Dienstleistungsangebote für konzernexterne Kunden. Ein besonderer Arbeitsschwerpunkt war 2010 das 175. Firmenjubiläum von Bertelsmann, das vor allem mit einem Mitarbeiterfest für 12.000 Mitarbeiter am Stammsitz Gütersloh sowie mit einem großen Festakt in Berlin begangen wurde. BMG weitete seine geschäftlichen Aktivitäten im Berichtsjahr deutlich aus. Zu den größten Investitionen zählten der Erwerb der Musikverlage bzw. -kataloge Cherry Lane, Evergreen und Adage IV in den USA und Stage Three Music in Großbritannien. Zum Jahresende leitete BMG darüber hinaus die Übernahme des traditionsreichen britischen Musikverlags Chrysalis ein. In Europa und den USA wurden 2010 namhafte Künstler neu unter Vertrag genommen. BMG ist nunmehr in den acht wichtigsten Musikmärkten der Welt mit eigenen Büros präsent und verwaltet die Rechte an mehr als 300.000 Kompositionen und Aufnahmen. Die bei den Corporate Investments angesiedelten Fonds Bertelsmann Digital Media Investments (BDMI) und Bertelsmann Asia Investments (BAI) hielten zum Stichtag zusammen 25 Beteiligungen. Im Geschäftsjahresverlauf erwarb BDMI mit dem Startup Deal United, der Online-Fremdsprachenschule „LearnShip“ und dem Schulbuchanbieter Flat World Knowledge drei neue Beteiligungen. Mit „BuyVIP“ tätigte der Fonds einen erfolgreichen Exit. Die BAI-Beteiligung „BitAuto“, chinesischer Marktführer für Online-Inhalte und Online-Marketing im Automobilbereich, wurde im November erfolgreich an die New Yorker Börse gebracht. Die Zahl der Mitarbeiter im Bereich Corporate betrug zum Jahresende 1.009 (31. Dezember 2009: 1.050).

Zahlen im Überblick (in Mio. Euro)

	2010	2009
Konzernumsatz	15.786	15.110
Operating EBIT der Bereiche	1.936	1.519
Corporate/Konsolidierung	-84	-81
Operating EBIT aus fortgeführten Aktivitäten	1.852	1.438
Sondereinflüsse	-356	-545
EBIT (Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern)	1.496	893
Finanzergebnis	-538	-407
Ergebnis vor Steuern aus fortgeführten Aktivitäten	958	486
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-248	-249
Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Aktivitäten	710	237
Ergebnis nach Steuern aus nicht fortgeführten Aktivitäten	-54	-202
Konzernergebnis	656	35
davon: Ergebnis Bertelsmann-Aktionäre	478	-82
davon: Ergebnis nicht beherrschender Anteilseigner	178	117

Investitionen	753	662
---------------	-----	-----

	Stand 31.12.2010	Stand 31.12.2009
Nettofinanzschulden	1.913	2.793
Wirtschaftliche Schulden	4.915	6.024
Mitarbeiter (Anzahl)	104.419	102.704

Die Vergleichszahlen der Vorperiode wurden entsprechend IFRS 5 angepasst.

Bereich	Umsatz		Operating EBIT		
	(in Mio. Euro)	2010	2009	2010	2009
RTL Group		5.591	5.156	1.102	806
Random House		1.828	1.723	173	137
Gruner + Jahr		2.549	2.508	287	203
Arvato		5.083	4.826	350	345
Direct Group		1.069	1.246	24	28
Summe der Bereiche		16.120	15.459	1.936	1.519
Corporate/Konsolidierung		-334	-349	-84	-81
Summe Konzern		15.786	15.110	1.852	1.438

Über die Bertelsmann AG

Bertelsmann ist ein internationales Medienunternehmen, das in den Bereichen Fernsehen (RTL Group), Buch (Random House), Zeitschriften (Gruner + Jahr), Medienservices (Arvato) und Medienclubs (Direct Group) in mehr als 50 Ländern der Welt aktiv ist. Anspruch von Bertelsmann ist es, Menschen weltweit mit erstklassigen Medien- und Kommunikationsangeboten – Unterhaltung, Information und Services – zu inspirieren und damit in den jeweiligen Märkten Spitzenpositionen einzunehmen. Grundlage des Erfolges von Bertelsmann ist eine Unternehmenskultur, die auf Partnerschaft, Unternehmergeist, Kreativität und gesellschaftlicher Verantwortung basiert. Das Unternehmen verfolgt das Ziel, kreative, zukunftssträchtige Ideen zur Marktreife zu bringen und Werte zu schaffen.

Für Rückfragen:

Andreas Grafemeyer
 Leiter Medien- und Wirtschaftsinformation
 Tel.: 0 52 41 – 80 24 66
andreas.grafemeyer@bertelsmann.de