Pressemitteilung

Kostenprogramm der Bertelsmann AG über 900 Mio. Euro zeigt Wirkung

- Konzernumsatz erreicht im ersten Halbjahr 7,2 Mrd. €
- Operating EBIT bei 475 Mio. €
- Sondereinflüsse führen zu Konzernergebnis von -333 Mio. €

Gütersloh, 31. August 2009 – Das internationale Medienunternehmen Bertelsmann hat mit einem konzernweiten Kosten- und Effizienzprogramm die Auswirkungen der globalen Wirtschaftskrise deutlich abfedern können. Der Einbruch der Werbemärkte und die Konsumzurückhaltung in vielen Ländern ließen den Konzernumsatz und das Operating EBIT im ersten Halbjahr 2009 erwartungsgemäß sinken. Die eingeleiteten Maßnahmen zur Stabilisierung der Kerngeschäfte entfalteten aber in allen Unternehmensbereichen erste positive Wirkung. Der volle Ergebniseffekt wird im zweiten Halbjahr eintreten. Positive Impulse kommen auch aus dem Dienstleistungsbereich, der angesichts des steigenden Effizienzdrucks in vielen Unternehmen vermehrt Outsourcing-Nachfragen verzeichnet.

Der Konzernumsatz von Bertelsmann erreichte im ersten Halbjahr in den fortgeführten Aktivitäten 7,2 Mrd. € nach 7,7 Mrd. € in einem starken Vorjahreszeitraum. Das Operating EBIT sank auf 475 Mio. € (H1 2008: 685 Mio. €). Aufgrund hoher Sondereinflüsse ergab sich ein Konzernergebnis in Höhe von -333 Mio. € (H1 2008: 372 Mio. €). Bertelsmann hat zum Halbjahr allen erkennbaren bilanziellen Risiken für das Gesamtjahr 2009 Rechnung getragen und in einigen Bereichen nicht cash-wirksame Wertberichtigungen vorgenommen.

„Unsere strikte Kostendisziplin beginnt sich auszuzahlen. Jeder Bereich einschließlich der Konzernzentrale hat konsequent alle Kosten und Strukturen auf den Prüfstand gestellt. Die Maßnahmenpakete, die im Zuge dieses Programms geschnürt wurden, zeichnen sich durch eine große Bandbreite aus, und sie werden allein in diesem Jahr Einsparungen von mehr als 900 Mio. € bringen“, erklärte der Vorstandsvorsitzende der Bertelsmann AG, Hartmut Ostrowski. „Wir steuern den werbebedingten Umsatzrückgängen entschlossen entgegen. Oberste Priorität hat es für uns derzeit, die bestehenden Geschäfte zu stabilisieren, die Liquidität zu schonen und das Ergebnis zu sichern. Damit werden wir das Unternehmen kontinuierlich weiterentwickeln und die Voraussetzungen für künftiges Wachstum schaffen.“

presse@bertelsmann.de
www.bertelsmann.de

Die Werbe- und Anzeigenkrise schlug im zweiten Quartal angesichts der Vielzahl aktiver Gegenmaßnahmen geringer auf die wichtigsten Kennzahlen der Bertelsmann AG durch als noch im ersten Quartal. So stieg die Umsatzrendite von 3,3 Prozent im ersten auf 9,8 Prozent im zweiten Quartal kräftig an; im Halbjahresschnitt betrug sie 6,6 Prozent. Untermauert wird diese Entwicklung durch eine hohe Mittelfreisetzung aus dem operativen Geschäft. „Das zweite Halbjahr wird noch von Einschnitten begleitet sein, doch zum heutigen Zeitpunkt gehen wir davon aus, dass die eingeleiteten Programme ausreichen, um Bertelsmann sicher und erfolgreich durch das schwierige wirtschaftliche Umfeld zu steuern", erklärte Ostrowski.

Thomas Rabe, Finanzvorstand der Bertelsmann AG, ergänzte: „Finanziell steht Bertelsmann auf sicherem Boden. Unser solides Finanzmanagement hat sich im ersten Halbjahr ausgezahlt: Wir verfügen über eine gute Liquiditätsausstattung und angemessene freie Kreditlinien. Für das Gesamtjahr 2009 geht Bertelsmann unverändert von einem Rückgang beim Umsatz und beim operativen Ergebnis aus. Das Ausmaß der Veränderung gegenüber dem Vorjahr wird sich nach Stärke und Dauer der konjunkturellen Schwächephase bestimmen."

Zum 30. Juni 2009 hatte Bertelsmann weltweit 103.452 Mitarbeiter (31. Dezember 2008: 107.154).

Unternehmensbereiche:

RTL Group

Highlights

- *Wachsende Zuschauermarktanteile für die Senderfamilien der RTL Group in Kernländern*
- *Stetig steigende Zuschauerzahlen bei neu übernommenem Sender Alpha TV in Griechenland dank neuer Programmpolitik*
- *Mehr als 470 Millionen Videoabrufe über alle Online-Plattformen der RTL Group: Professionelle Fernsehinhalte im Netz sind der Renner*

Europas führender Unterhaltungskonzern verzeichnete im ersten Halbjahr angesichts zweistelliger Rückgänge auf den TV-Werbemärkten einen deutlich gesunkenen Umsatz. Auch das Operating EBIT gab nach. Als Reaktion auf die substanziellen Rückgänge bei den Werbeeinnahmen hat die RTL Group seit Ende 2008 einen klaren Schwerpunkt auf Maßnahmen zur Kostensenkung gelegt, was im ersten Halbjahr bereits deutlich positive Wirkung entfaltete. Dennoch konnte die RTL Group ihre führenden Positionen bei den Zuschauerquoten stärken: So haben die Senderfamilien in Deutschland, Frankreich, den Niederlanden und Belgien im ersten Halbjahr ihre Zuschauermarktanteile im Vergleich zur Vorjahresperiode zum Teil deutlich gesteigert. Die RTL Group investierte gezielt in Zukunftsgeschäfte, so in die Übernahme der US-Produktionsfirma Original Productions und in den Ausbau populärer Catch-up-TV-Plattformen in mehreren Märkten. Die

presse@bertelsmann.de
www.bertelsmann.de

Diversifikationsgeschäfte wurden weiter gestärkt. Auf die britische Sendergruppe Five und die griechische Alpha Media Group entfielen Wertberichtigungen.

Random House

Highlights

- *Random House mit starker Präsenz auf Bestsellerlisten in den USA und Großbritannien*
- *Drei Random-House-Titel mit Pulitzer-Preis ausgezeichnet; Autor Jens Petersen erhält Ingeborg-Bachmann-Preis*
- *E-Book-Marktführerschaft in Kernmärkten ausgebaut*

Die weltweit größte Publikumsverlagsgruppe verzeichnete im ersten Halbjahr vor dem Hintergrund der globalen Wirtschaftskrise und durch den Abbau von Lagerbeständen im US-Einzelhandel Rückgänge beim Umsatz und beim operativen Ergebnis. Eine umfangreiche, länderübergreifende Kosteninitiative und die im Vorjahr eingeleitete Neustrukturierung der US-Verlagsgruppen kompensierten dies teilweise. Random House stellte in den ersten sechs Monaten des Jahres 140 Titel auf den Bestsellerlisten der „New York Times“ sowie ein Viertel aller Titel auf den Listen der britischen „Sunday Times“. Im deutschsprachigen Raum erzielte die Verlagsgruppe Random House sehr gute Verkaufszahlen und eine starke Präsenz auf den Sachbuch-Bestsellerlisten. Random House erwarb im Berichtszeitraum den renommierten kalifornischen Verlag Ten Speed Press. Die Buchgruppe baute in allen Kernmärkten ihre digitalen Angebote massiv aus und verzeichnete in den USA, Großbritannien und Deutschland einen starken Absatzanstieg bei E-Books. In Großbritannien und den USA gründete Random House neue Film- und TV-Produktionsfirmen für Kinder- und Familienunterhaltung.

Gruner + Jahr

Highlights

- *G+J setzt weiter auf verlegerische Innovation: mehrere neue Titel am Start*
- *Internationalisierung der Marke GEO mit Lizenzvergabe in Brasilien und Launch der Website in acht europäischen Ländern vorangetrieben*
- *G+J bringt „Europäische Charta für Pressefreiheit“ und „Hamburger Erklärung“ für den Schutz geistigen Eigentums im Zeitalter der Digitalisierung mit auf den Weg*

Europas größter Magazinverlag spürte im ersten Halbjahr die Auswirkungen der Rezession und verzeichnete einen deutlichen Rückgang beim Umsatz und beim Operating EBIT. Frühzeitig eingeleitete Gegenmaßnahmen konnten die Auswirkungen des weiterhin schwachen Anzeigengeschäfts teilweise auffangen. Eine vergleichsweise stabile Entwicklung zeigten im ersten Halbjahr die Vertriebsumsätze. Gruner + Jahr startete ein länderübergreifendes Restrukturierungs- und Kostensenkungsprogramm. In Deutschland legte G+J die Redaktionen der Wirtschaftstitel zusammen und brachte mit dem Eltern-Titel „Nido“ ein neues Magazin auf den Markt. In Frankreich baute Prisma Presse das Geschäftsfeld Corporate Media deutlich aus. Auf dem chinesischen Markt, der weiterhin Wachstum verzeichnet, brachte G+J das Männermagazin „Leon“ neu heraus.

presse@bertelsmann.de
www.bertelsmann.de

Die Entwicklung des Tiefdruck-Joint-Ventures Prinovis war von geringeren Druckvolumina in Deutschland geprägt; auf Prinovis entfiel eine außerplanmäßige Wertminderung. An der Spitze von Gruner + Jahr vollzog sich im Berichtszeitraum ein Wechsel: Seit Anfang Januar ist Bernd Buchholz neuer Vorstandsvorsitzender.

Arvato

Highlights

- *Position als führender Dienstleister der Gamesindustrie in Europa durch neues Logistikzentrum ausgebaut*
- *Arvato Services mit nachhaltigem Wachstum in China: 84 Prozent Umsatzsteigerung im ersten Halbjahr*
- *Arvato Digital Services betreibt digitales Medienarchiv für Universal Music Group International*

Der Medien- und Kommunikationsdienstleister erzielte im ersten Halbjahr trotz Wirtschaftskrise und einer teilweise deutlich verschlechterten Situation auf Kundenseite Umsätze und ein operatives Ergebnis auf Vorjahresniveau. Grundlage dafür waren konsequentes Kostenmanagement und gezielte Prozessoptimierungen. Im Dienstleistungsbereich konnten reduzierte Auftragsmengen bestehender Kunden durch neue Aufträge und erweiterte Services größtenteils kompensiert werden. Steigender Effizienzdruck bei den Kunden sorgte für eine verstärkte Nachfrage nach Outsourcing-Dienstleistungen. Die Drucksparte wurde durch die Rückgänge im Anzeigenmarkt und damit verbundene Volumenreduzierungen belastet. Den einzelnen Unternehmen gelang es, mit intensivierter Vertriebsarbeit und Effizienzsteigerungen große Teile dieses Effekts auszugleichen. Die Entwicklung des Tiefdruck-Joint-Ventures Prinovis war von geringeren Druckvolumina in Deutschland geprägt; auf Prinovis entfiel eine außerplanmäßige Wertminderung. Arvato Digital Services gewann sowohl im Markt für physische Tonträger als auch bei DVDs und Games Marktanteile hinzu und konnte seine Aktivitäten in China deutlich ausbauen. Vor allem das Bestandsgeschäft und die Akquise neuer Kunden im Bereich Kosmetik und FMCG trugen zum Wachstum bei.

Direct Group

Highlights

- *Französische Buchhandelskette mit Online-Buchhändler „Chapitre.com“ zusammengeführt*
- *Online-Anteil an Medienclub-Umsätzen gesteigert*
- *Umbau der Clubgeschäfte in Südeuropa vorangetrieben*

Die Club- und Buchhandelsgeschäfte der Direct Group wiesen im ersten Halbjahr bedingt durch vielfach rückläufige Mitgliedszahlen und die globale Rezession einen verringerten Umsatz und einen höheren operativen Verlust aus. Während die Geschäfte in den französischsprachigen Ländern weitgehend stabil blieben, wies der deutsche Club

presse@bertelsmann.de
www.bertelsmann.de

schrumpfende Mitgliedszahlen und einen Rückgang des Direktmarketinggeschäfts auf. Im südeuropäischen Raum, der besonders stark unter der Wirtschaftskrise leidet, sanken die Mitgliederumsätze spürbar. In Frankreich wurden die Clubgeschäfte restrukturiert, in Spanien und Österreich wurde der strukturelle Umbau vorangetrieben. Positive Wirkung entfaltete ein umfangreiches Kostenprogramm, das Ende vergangenen Jahres zusätzlich zu strategischen Initiativen gestartet worden war. Die Direct Group eröffnete in Barcelona einen Flagship-Store für ihre Buchhandelskette Bertrand. In Frankreich übernahm die Direct Group den Online-Buchhändler „Chapitre.com“ zu 100 Prozent. Die Clubgeschäfte in Großbritannien sowie in den Niederlanden/Belgien wurden mit Wirkung zum 1. Januar 2009 veräußert.

presse@bertelsmann.de
www.bertelsmann.de

Zahlen im Überblick (in Mio. €, fortgeführte Aktivitäten)

	1.1.2009 – 30.6.2009	**1.1.2008 – 30.6.2008**
Konzernumsatz	**7.198**	**7.720**
Operating EBIT der Bereiche	521	737
Corporate/Konsolidierung	-46	-52
Operating EBIT	**475**	**685**
Sondereinflüsse	-474	-44
EBIT (Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern)	**1**	**641**
Finanzergebnis	**-205**	**-201**
Ergebnis vor Steuern aus fortgeführten Aktivitäten	**-204**	**440**
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-129	4
Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Aktivitäten	**-333**	**444**
Ergebnis nach Steuern aus nicht fortgeführten Aktivitäten	**-**	**-72**
Konzernergebnis	**-333**	**372**
davon: Ergebnisanteil Bertelsmann-Aktionäre	-368	284
davon: Ergebnisanteil Minderheiten	35	88

Investitionen	381	430

	Stand 30.6.2009	**Stand 31.12.2008**
Wirtschaftliche Finanzschulden*	6.834	6.627
Mitarbeiter	103.452	107.154

Die Vergleichszahlen der Vorperiode wurden angepasst.
*Nettofinanzschulden zuzüglich Pensionsrückstellungen, Genusskapital und Barwert der Operating Leases (fortgeführte Aktivitäten)

presse@bertelsmann.de
www.bertelsmann.de

Bereich*	Umsatz		Operating EBIT	
	1.1. - 30.6.09	**1.1. - 30.6.08**	**1.1. - 30.6.09**	**1.1. - 30.6.08**
RTL Group	2.588	2.864	353	494
Random House	734	766	20	31
Gruner + Jahr	1.217	1.361	55	117
Arvato	2.243	2.270	103	102
Direct Group	581	660	-10	-7
Summe der Bereiche	**7.363**	**7.921**	**521**	**737**
Corporate/Konsolidierung	-165	-201	-46	-52
Summe Konzern	**7.198**	**7.720**	**475**	**685**

* fortgeführte Aktivitäten

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, zukunftsträchtige 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