

Pressemitteilung

Sperrfrist: Mittwoch, 21. März 2007, Beginn der Pressekonferenz – 10.30 Uhr

Umsatz und Ergebnis von Bertelsmann 2006 auf Rekordniveau

- Konzernumsatz um 7,9 Prozent auf 19,3 Mrd. € gestiegen
- Operating EBIT legt um 16 Prozent auf 1,87 Mrd. € zu
- Rekordumsatzrendite von 9,7 Prozent
- Konzerngewinn auf 2,4 Mrd. € mehr als verdoppelt
- Schuldenabbau nach Aktienrückkauf verläuft schneller als geplant
- Zahl der Mitarbeiter weltweit auf 97.132 gewachsen
- Weitere Umsatz- und Ergebnisverbesserung 2007 geplant
- Weichenstellung für neue Wachstumsphase

Berlin, 21. März 2007 – Anhaltendes Wachstum beim Umsatz und beim operativen Ergebnis haben 2006 zum wirtschaftlich erfolgreichsten Jahr in der Geschichte von Bertelsmann werden lassen. Wie das internationale Medienunternehmen mitteilte, nahm der Konzernumsatz um 7,9 Prozent von 17,9 Mrd. € auf das Rekordniveau von 19,3 Mrd. € zu. Der Anstieg ist beschleunigtem organischen Wachstum und Portfolioeffekten zuzuschreiben. Das Operating EBIT stieg um 16 Prozent von 1.610 Mio. € im Vorjahr auf die Rekordmarke von 1.867 Mio. €. Die operative Umsatzrendite erreichte mit 9,7 Prozent nach 9,0 Prozent im Vorjahr ebenfalls einen Höchstwert. Der netto verbleibende Konzerngewinn wurde, unter anderem durch Veräußerungserlöse, auf 2.424 Mio. € mehr als verdoppelt (Vorjahr: 1.041 Mio. €). Die Zahl der Mitarbeiter stieg zum Ende des Geschäftsjahres auf 97.132 (31. Dezember 2005: 91.559). Bertelsmann erzielte im Berichtszeitraum gute Fortschritte beim Abbau der Verschuldung nach dem Aktienrückkauf.

Alle Unternehmensbereiche von Bertelsmann mit Ausnahme von BMG konnten ihr Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr verbessern. Ganz besonders gilt dies für die RTL Group, die dank guter Werbemarktbedingungen und der Performance des Inhaltegeschäfts Fremantle Media einen Ergebnissprung verzeichnete. Die Direct Group verdoppelte ihr Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr. Die Unternehmensbereiche Gruner + Jahr, Random House und Arvato übertrafen das hohe Ergebnisniveau des Vorjahres.

Der Vorstandsvorsitzende der Bertelsmann AG, Gunter Thielen, erklärte: „Die Zahlen des Geschäftsjahres 2006 zeigen klar: Die Richtung stimmt. Bertelsmann war nie profitabler als heute. Mit einer Umsatzrendite von 9,7 Prozent sind wir unserem ambitionierten Renditeziel von zehn Prozent schon sehr nahe gekommen. Auf diesem Ertragsniveau erwirtschaften wir die Mittel, um solide aus eigener Kraft weiter wachsen zu können. Wir stellen bereits jetzt die Weichen für eine neue Wachstumsphase. Wir wollen die digitale Zukunft mit unseren innovativen Medieninhalten und -services weltweit aktiv mitgestalten.“

Der konsolidierte Umsatz lag im abgelaufenen Geschäftsjahr bei 19,3 Mrd. €, was einem Anstieg um 7,9 Prozent entspricht. Das Umsatzplus resultierte zu 2,9 Prozent aus einem verbesserten organischen Wachstum (Vorjahr: 2,3 Prozent), Portfolio- und sonstige Effekte wirkten sich mit 5,0 Prozent (Vorjahr 2,5 Prozent) aus. Wechselkurseffekte hatten keinen Einfluss auf die Umsatzentwicklung (Vorjahr: 0,3 Prozent).

Das Operating EBIT stieg im Geschäftsjahr 2006 um 16 Prozent auf 1.867 Mio. € (Vorjahr: 1.610 Mio. €). Nach Berücksichtigung von Finanzergebnis und Steuern erreichte der Konzerngewinn 2.424 Mio. € nach 1.041 Mio. € im Vorjahr. Darin enthalten ist unter anderem der Gewinn aus dem Verkauf des Musikverlagsgeschäfts von Bertelsmann an Vivendi. Dem standen Restrukturierungs- und Integrationsaufwendungen bei der Direct Group und BMG gegenüber. In Summe erreichten die Sondereinflüsse 1.161 Mio. € nach nur 61 Mio. € im Vorjahr.

Zentrales Ereignis des Geschäftsjahres 2006 war der im Mai vereinbarte und im Juli vollzogene Rückkauf der 25,1-prozentigen Beteiligung der GBL an Bertelsmann für 4,5 Mrd. €. Der Rückkauf erfolgte auf Basis eines Finanzierungskonzepts, das den Verkauf des Musikverlagsgeschäfts BMG Music Publishing, einen gesteigerten Cash Flow und die Platzierung zweier Euro-Bonds im Benchmark-Volumen beinhaltete. Flankiert wird das Konzept von einer Investitionszurückhaltung bis Ende 2007 und einer moderaten Dividendenpolitik.

Dazu Gunter Thielen: „Der Rückkauf gewährt uns große Unabhängigkeit und unternehmerische Handlungsfreiheit. Er sichert unsere partnerschaftliche Unternehmenskultur. Wir stärken damit jene Werte, die Bertelsmann in mehr als 170 Jahren groß und erfolgreich gemacht haben. Mit der neuen Gesellschafterstruktur ist überdies sichergestellt, dass ein Großteil der erwirtschafteten Gewinne direkt ins Geschäft investiert werden kann. Wir haben den Kaufpreis für die Aktien bereits zu einem beträchtlichen Teil abgelöst und sind mit der Schuldentrückführung auf bestem Wege.“

Im Zuge der Rückkauf-Finanzierung wurde im September der Verkauf von BMG Music Publishing an Vivendi für 1,63 Mrd. € vereinbart. Das zum Jahresende bezahlte und entkonsolidierte Unternehmen verbleibt bis zur kartellrechtlichen Freigabe bei Bertelsmann.

Das internationale Medienunternehmen verstärkte im Berichtszeitraum seinen Fokus auf Wachstumsmärkte und digitale Geschäfte. So startete die RTL Group in mehreren Kernmärkten digitale Spartenkanäle und neue Angebote für Video-on-Demand, IPTV und Mobile-TV. Random House eröffnete sich mit Random House Films einen Nebenbereich des klassischen Buchgeschäfts und baute parallel dazu unter anderem seine Präsenz in Asien aus. Gruner + Jahr dehnte im Rahmen seiner Initiative „Expand your Brand“ seine starken etablierten Zeitschriftenmarken auf digitale Kanäle aus und entwickelte neue Produkte und Services jenseits des Printbereichs. Zugleich engagierte sich Gruner + Jahr verstärkt in Emerging Markets wie China und Südosteuropa. Das Joint Venture Sony BMG Music Entertainment steigerte seine Angebote im digitalen Bereich und erhöhte den Anteil digital verkaufter Musik am Gesamtumsatz deutlich. Das Unternehmen baute seine Präsenz auf Online- und Mobilfunkplattformen aus und widmete sich intensiv der Vermarktung von Musikvideoinhalten etwa über Online-Social-Networking-Sites.

Arvato stieß mit innovativen Angeboten und verstärkten Outsourcing-Aktivitäten in Wachstumsmärkte vor. Der Bereich sammelte zudem erste positive Erfahrungen mit dem Public Private Partnership im britischen East Riding, wo Arvato im Rahmen eines groß angelegten Pilotprojekts zahlreiche behördliche Dienstleistungen übernommen hat. Die Clubs der Direct Group setzten erfolgreich auf eine verstärkte Verzahnung mit dem stationären Buchhandel und dem Internet und erzielten damit mehr Zulauf. Vor allem in Osteuropa konnte die Direct Group zahlreiche neue Club-Kunden gewinnen.

Vorstandsvorsitzender Thielen: „Jeder Bereich von Bertelsmann hat seine Antworten auf die Herausforderungen der Zukunft gefunden. Dies hat uns auch eine umfassende Analyse der wichtigsten Profit Center des Hauses bestätigt, die wir im vergangenen Jahr durchgeführt haben. Wir wollten wissen: Sind wir fit für die Zukunft? Haben wir die Weichen richtig gestellt, um langfristig erfolgreich zu sein? Das Ergebnis war hoch erfreulich: An der Schwelle zu einer neuen Wachstumsphase ist Bertelsmann strategisch gut aufgestellt. Mit drei Vierteln unserer Geschäfte sind wir schon heute die Nummer Eins oder Zwei im Markt, 80 Prozent liegen in ihrer Profitabilität über oder gleich dem Marktdurchschnitt. Wir können ab 2008 jedes Jahr um fünf bis acht Prozent wachsen.“

Im Geschäftsjahr 2006 wurden im Vergleich zum investitionsstarken Jahr 2005 in geringerem Umfang Investitionen getätigt. Sie beliefen sich auf 1.092 Mio. € nach 2.565 Mio. € im Vorjahr und wurden neben einer Aufstockung der Anteile am Tiefdruckunternehmen Maul-Belser und einer Vielzahl kleinerer Zukäufe in allen Geschäftsbereichen vor allem für Sachanlagen verwandt.

Die wirtschaftlichen Finanzschulden erhöhten sich im Zuge des Aktienrückkaufs von 3.931 Mio. € auf 6.760 Mio. €. Sie ergeben sich aus den Nettofinanzschulden zuzüglich Pensionsrückstellungen und Genusskapital. Das von Bertelsmann als internes Finanzierungsziel definierte Verhältnis von wirtschaftlichen Finanzschulden zu Operating EBITDA von höchstens 2,3 (Leverage Factor) wurde zum Stichtag 31. Dezember 2006 mit 2,8 überschritten.

Bertelsmann-CFO Thomas Rabe erklärte: „Bereits Ende dieses Jahres werden wir die interne Zielmarke von 2,3 wieder erreicht haben. Wir werden dann über einen Finanzspielraum von jährlich zwischen 1,2 und 1,5 Mrd. € für Akquisitionen und von 700 Mio. € für sonstige laufende Investitionen verfügen. Bis 2010 ergibt sich daraus ein Investitionsvolumen von insgesamt sechs Mrd. €.“

Zusätzlich zu diesem bestehenden Finanzspielraum eröffnet sich Bertelsmann weitere Optionen durch einen Equity Fonds, um gegebenenfalls auch größere Akquisitionen tätigen zu können. Zusammen mit den Partnern Morgan Stanley Principal Investments und Citigroup Private Equity als Co-Investoren beläuft sich das Eigenkapitalvolumen auf bis zu 1 Mrd. €.

Dank der positiven operativen Gewinnentwicklung wird Bertelsmann für das Geschäftsjahr 2006, wie schon in den Jahren zuvor, wieder eine Gewinnbeteiligung an alle eingebundenen Mitarbeiter ausschütten.

Im Mai 2007 werden für den Bertelsmann-Genussschein 2001 gemäß den Genussscheinbedingungen erneut 15 Prozent auf den Grundbetrag ausgeschüttet. Die Ausschüttung für den „alten“ Genussschein aus dem Jahr 1992 wird bei 12,69 Prozent (Vorjahr 6,97 Prozent) liegen.

Für die weitere Entwicklung ist der Vorstand der Bertelsmann AG zuversichtlich: „Für 2007 und 2008 gehen wir von einem weiteren Umsatz- und Ergebniswachstum aus“, erklärte Gunter Thielen.

Weitere Eckwerte:

Die Sondereinflüsse, die im Operating EBIT nicht enthalten sind, aber den Konzerngewinn beeinflussen, waren 2006 in Summe mit 1.161 Mio. € deutlich positiv (Vorjahr: 61 Mio. €). Die positiven Beiträge ergaben sich in erster Linie aus Veräußerungsgewinnen in Höhe von 1.410 Mio. €, darunter 1.174 Mio. € aus dem Verkauf von BMG Music Publishing. Dem standen deutlich gesunkene Restrukturierungs- und Integrationsaufwendungen in Höhe von insgesamt -68 Mio. € (Vorjahr: -185 Mio. €) gegenüber. Sie entfielen zu -54 Mio. € auf BMG und zu -14 Mio. € auf die Direct Group. Darüber hinaus enthielten die Sondereinflüsse den Aufwand für einen außergerichtlichen Vergleich mit der Universal Music Group im so genannten Napster-Verfahren. Die Vergleichssumme betrug 48 Mio. €. Die Sondereinflüsse beinhalten auch eine Rückstellung in Höhe von 101 Mio. € für mögliche zukünftige Vergleiche mit weiteren Klageparteien.

Der Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit erreichte im Berichtszeitraum 1.673 Mio. € nach 1.791 Mio. € im Vorjahr. Der Cash Flow aus Investitionstätigkeit betrug 498 Mio. € nach -2.489 Mio. € in 2005. Der Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit wies dabei für 2006 – vor allem bedingt durch den Aktienrückkauf von GBL – einen Mittelabfluss von -2.198 Mio. € auf (Vorjahr: -428 Mio. €).

Die Bilanzsumme reduzierte sich gegenüber dem Vorjahr leicht um 0,4 Mrd. € auf 22,5 Mrd. €. Änderungen in der Bilanzstruktur sind größtenteils auf den Rückkauf des GBL-Anteils zurückzuführen. Bedingt durch diesen Rückkauf ist das Eigenkapital zum Ende des Geschäftsjahres von 9.170 Mio. € auf 6.429 Mio. € gesunken. Damit ergab sich eine Eigenkapitalquote von 28,6 Prozent (Vorjahr: 40 Prozent). Nach 20,4 Prozent per 30. Juni lag die Quote damit zum Jahresende wieder deutlich über der internen Zielmarke von mindestens 25 Prozent.

Weltweit beschäftigte Bertelsmann zum Ende des Geschäftsjahres 97.132 Mitarbeiter (Vorjahr 91.559¹). Der Anstieg um 5.573 Mitarbeiter ist neben organischem Wachstum unter anderem auf Akquisitionen zurückzuführen.

¹ Die Mitarbeiterzahlen des Vorjahres wurden entsprechend einer geänderten Erfassungsmethodik angepasst.

Unternehmensbereiche

Die **RTL Group**, Europas größte TV-, Radio- und Fernsehproduktionsgruppe, hat im Geschäftsjahr 2006 sowohl den Umsatz als auch den operativen Gewinn deutlich gesteigert. Die Umsatzrendite erreichte 14,8 Prozent (Vorjahr: 14,8 Prozent). Der Umsatz legte vor allem dank erhöhter Werbeeinnahmen und signifikanter Zuwächse im Fernsehproduktionsgeschäft um 10,3 Prozent auf 5,6 Mrd. € (Vorjahr: 5,1 Mrd. €) zu. Das Operating EBIT stieg durch eine verbesserte Performance in fast allen Kerngeschäften um 10,4 Prozent auf 835 Mio. € (Vorjahr: 756 Mio. €).

Strategisch prägend waren 2006 die Einführung digitaler Kanäle in Deutschland und Großbritannien sowie der Ausbau der Diversifikationsgeschäfte. Der Anteil nicht-werbeabhängiger Geschäfte am Gesamtumsatz wurde auf 39 Prozent (Vorjahr: 38 Prozent) gesteigert. Im Zuge der Digitalisierung arbeitet die RTL Group an zahlreichen neuen Geschäftsmodellen zur Ergänzung ihrer Kernaktivitäten im Free-TV, darunter Video-on-Demand, Online-Communities, IPTV und Handy-TV. Den Sendern der RTL Group gelang es trotz der überwiegend bei öffentlich-rechtlichen Sendern übertragenen sportlichen Großereignisse Fußball-WM und Olympische Winterspiele, die Quoten überwiegend stabil

zu halten oder sogar zu steigern. Die deutsche Senderfamilie verbesserte Ertragslage und Werbemarktposition bei nahezu gleich bleibendem Zuschauermarktanteil. Vox gewann als einziger etablierter privater Fernsehsender Sehermarktanteile hinzu. In Frankreich zahlten sich Programminvestitionen und die erfolgreiche Positionierung der M6-Senderfamilie aus: Die Zuschauerquoten wurden dort bei weiterhin hohem Ertragsniveau gesteigert. In den Niederlanden blieben die Zuschauermarktanteile trotz eines neuen Wettbewerbers auf hohem Niveau, die Profitabilität wurde deutlich erhöht. Der 2004 gestartete Sender RTL Televizija in Kroatien erreichte bereits im zweiten vollen Jahr des Bestehens den Breakeven. In Großbritannien führten ein deutlicher Rückgang des TV-Werbemarktes und die hohe Wettbewerbsintensität zu Einbußen bei Werbeeinnahmen und Zuschauermarktanteilen. Die TV-Produktionstochter Fremantle Media steigerte Umsatz und Ertrag dank einer Vielzahl international erfolgreicher Formate, insbesondere in den USA.

Die international führende Buchverlagsgruppe **Random House** hat Umsatz und Gewinn bei weiterhin nur geringem Wachstum der globalen Buchmärkte gesteigert. Die Umsatzrendite erreichte 9,3 Prozent (Vorjahr: 9,1 Prozent). Der Umsatz legte dank zahlreicher Bestseller und kleinerer Akquisitionen um 6,5 Prozent auf 1,9 Mrd. € (Vorjahr: 1,8 Mrd. €) zu. Das Operating EBIT erreichte 182 Mio. € (Vorjahr: 166 Mio. €) und lag damit um 9,6 Prozent höher. Hinter dem Gewinnanstieg stehen eine verbesserte Performance in Nordamerika und Deutschland sowie die anhaltend hohe Profitabilität von Random House UK.

Das Geschäftsjahr 2006 war für Random House von einer Vielzahl schriftstellerischer und verlegerischer Erfolge gekennzeichnet. So gelang es Random House in den USA, 201 Titel auf den Bestsellerlisten der „New York Times“ zu platzieren, 37 davon schafften es auf Platz 1 – mehr als bei jedem anderen Verlag und mehr als jemals zuvor in der Geschichte des Hauses. In Großbritannien stellte die Random House Group mehr als ein Viertel aller Titel auf den nationalen Bestsellerlisten der „Sunday Times“, darunter 56 Mal die Nummer 1. Die Taschenbuchausgabe des Ausnahmestillers „The Da Vinci Code“ von Dan Brown, die parallel zur Romanverfilmung auf den Markt gebracht wurde, ging in den USA, Großbritannien und Australien mit rund sieben Millionen Exemplaren in Druck. Damit setzt sich der spektakuläre Erfolg des Buches fort. In Deutschland startete die Verlagsgruppe Random House erfolgreich den Taschenbuchverlag Pantheon für anspruchsvolle Sachbücher. Zu den wichtigsten Portfoliobewegungen zählte im Berichtszeitraum der Erwerb eines Mehrheitsanteils am renommierten Sachbuchverlag BBC Books in Großbritannien, der nunmehr zu den Verlagen der Random House Group UK zählt. In Südkorea wurden alle noch ausstehenden Anteile des dortigen Verlagsgeschäfts erworben, das künftig unter Random House Korea firmiert.

Europas größter Zeitschriftenverlag **Gruner + Jahr** hat im Berichtszeitraum den Umsatz und den operativen Ertrag gesteigert. Die Umsatzrendite erreichte 9,7 Prozent (Vorjahr: 9,5 Prozent). Der Umsatz nahm um 9,0 Prozent auf 2,9 Mrd. € zu (Vorjahr: 2,6 Mrd. €). Zu diesem Anstieg trugen bei überwiegend stabilen Stammgeschäften im In- und Ausland vor allem die ganzjährige Einbeziehung des zusammen mit Arvato und der Axel Springer AG betriebenen Tiefdruckunternehmens Prinovis sowie der Mehrheitsbeteiligung an der Motor Presse bei. Auch neu eingeführte Titel leisteten einen positiven Beitrag. Das Operating EBIT lag trotz gestiegener verlegerischer Investitionen mit 277 Mio. € um 10,8 Prozent über dem Vorjahresergebnis von 250 Mio. €. Der Zuwachs resultierte aus einer positiven Ergebnisentwicklung des Stammgeschäfts in Deutschland und Frankreich bei erhöhten Investitionen in neue Titel und den Aufbau einer Tiefdruckerei in Liverpool sowie aus Portfolio- und Sondereffekten.

Strategisch war die Entwicklung von Gruner + Jahr 2006 von der Initiative „Expand your Brand“ geprägt, die die Vermarktung neuer Produkte sowie den Aufbau neuer Services auf Basis der starken Zeitschriftenmarken des Hauses vorsieht. Das Unternehmen setzt dabei auf multimediale Aktivitäten wie Internet-Communities und -Plattformen sowie auf einen Ausbau von Geschäftsfeldern wie Merchandising und Events rund um die Zeitschriftenmarken.

Des Weiteren nutzt Gruner + Jahr seine hohe Vermarktungskompetenz zunehmend für multimediale Angebote wie digitales Fernsehen oder mobile Inhalte.

Die Kernmärkte Deutschland und Frankreich entwickelten sich trotz hohen Wettbewerbsdrucks stabil. In Deutschland führte Gruner + Jahr mit „emotion“ und „dogs“ zwei neue Titel ein. Von den seit 2004 eingeführten Titeln entwickelten sich vor allem „NEON“ und „View“ positiv und auch die Stammtitel („stern“, „Brigitte“ und „Gala“) zeigten eine erfreuliche Performance. In Frankreich wurde der wöchentliche Frauentitel „jasmin“ in schwierigem Vertriebsumfeld gestartet. Die 14-täglichen TV-Titel „TV Grandes chaines“ und „Télé 2 semaines“ steigerten ihr Ergebnis deutlich und verbesserten die starke Marktposition von Prisma Presse damit weiter. Gruner + Jahr engagierte sich 2006 verstärkt in Wachstumsmärkten, so etwa mit dem Einstieg bei der chinesischen Gesellschaft Boda, die Gruner + Jahr zum zweitgrößten Magazinverlag in China aufsteigen ließ.

Der Unternehmensbereich **BMG**, der sich für 2006 aus der 50-Prozent-Beteiligung am Joint Venture Sony BMG Music Entertainment und der zum Jahresende entkonsolidierten Verlagstochter BMG Music Publishing zusammensetzt, verzeichnete Rückgänge beim Umsatz und operativen Ertrag. Die Umsatzrendite erreichte 8,6 Prozent (Vorjahr: 8,3 Prozent). Der Umsatz von BMG verringerte sich um 5,2 Prozent auf 2,0 Mrd. € (Vorjahr: 2,1 Mrd. €) und das Operating EBIT um 2,3 Prozent auf 173 Mio. € (Vorjahr: 177 Mio. €), wobei der Ergebnissrückgang allein auf das Tonträgergeschäft zurückzuführen ist. Den Hintergrund bildet ein weiterer Rückgang des weltweiten Musikmarktes um fünf bis sechs Prozent, maßgeblich bedingt durch schrumpfende CD-Absätze, wie sie bei leicht verbessertem Marktanteil auch Sony BMG zu verzeichnen hatte. Parallel dazu erhöhte das Unternehmen den Anteil der digitalen Formate am Gesamtumsatz von sieben auf zwölf Prozent: Sony BMG steigerte den Absatz von Downloads und Abonnements über Online- und Mobilfunkplattformen und etablierte zugleich die Vermarktung von Musikvideoinhalten.

Beim Ergebnis stand der Margenverlust bei Sony BMG einem höheren operativen Gewinn bei BMG Music Publishing und dem Wegfall von Amortisationen auf Musikrechte gegenüber. Die positive Entwicklung bei BMG Music Publishing und hohe Kostensenkungen aus der Restrukturierung von Sony BMG konnten die Margenverluste aus dem geringeren Produktabsatz aber nur teilweise ausgleichen. An der Spitze von Sony BMG löste Anfang 2006 der langjährige Bertelsmann-Manager Rolf Schmidt-Holtz den Sony-Manager Andrew Lack ab. In Folge dessen wurde die Restrukturierung ausgedehnt auf die Integration der Country-Labels in Nashville, die Reorganisation der Sony Music US Label Group, die Zusammenlegung des US-Vertriebs für physische und digitale Formate sowie die Bündelung des US-Kataloggeschäfts. Künstlerisch war Sony BMG 2006 sehr erfolgreich: So stiegen insgesamt 16 neue Alben auf Platz 1 in die US-Album-Charts ein, womit Sony BMG vor allen anderen Musikunternehmen lag.

Der internationale Medien- und Kommunikationsdienstleister **Arvato** steigerte seinen Umsatz 2006 spürbar. Auch das operative Ergebnis legte zu. Die Umsatzrendite erreichte 7,7 Prozent (Vorjahr: 7,8 Prozent). Der Umsatz erhöhte sich im Berichtszeitraum um 9,6 Prozent auf 4,8 Mrd. € (Vorjahr: 4,4 Mrd. €). Der Anstieg ist zum überwiegenden Teil auf organisches Wachstum zurückzuführen, aber auch auf Portfolioeffekte wie die nunmehr ganzjährige Vollkonsolidierung von Prinovis und der Infoscore-Gruppe. Das Operating EBIT stieg 2006 um 7,6 Prozent auf 367 Mio. € (Vorjahr: 341 Mio. €) und damit nicht ganz so stark wie der Umsatz. Gründe sind Anlauf- und Integrationsaufwendungen sowie hohe Wettbewerbsintensität und anhaltender Preisdruck insbesondere in den Geschäftsbereichen Tiefdruck und Logistik.

Die bei Arvato Services gebündelten Dienstleistungsgeschäfte entwickelten sich 2006 weiterhin dynamisch. Sie profitierten vor allem von einer starken Nachfrage im Bereich Service-Center sowie von einer sehr guten Performance auf dem französischen Markt und im deutschen Kundenbindungsgeschäft. Arvato Print behauptete sich gut in einer angespannten Marktlage: Bei den Druckereien in den USA und Italien sowie bei Prinovis wirkten sich hoher Preisdruck und Überkapazitäten ergebnismindernd aus. Die im Offsetdruck tätige Mohn-Media-Gruppe verbesserte hingegen 2006 ihr Ergebnis. Im italienischen Treviglio und im britischen Liverpool (Prinovis) nahmen hochmoderne Tiefdruckereien den Betrieb auf. Der Speichermediengruppe Arvato Storage Media gelang es, trotz hohen Konkurrenzdrucks 2006 sowohl im CD- als auch im DVD-Segment Marktanteile hinzuzugewinnen. In Louisville (USA) wurde in Kooperation mit Arvato Print ein neues Distributions- und Dienstleistungszentrum für die US-Entertainmentbranche eröffnet. Der IT-Dienstleister Arvato Systems baute sein Produkt- und Dienstleistungsportfolio insbesondere für Unternehmen aus der Medienbranche nachhaltig aus und verbreiterte seine externe Kundenbasis erneut, gleiches gilt für den Geschäftszweig Arvato Mobile.

Die **Direct Group** mit ihren Buch-, DVD-, Musikclubs und Buchhandlungen weist für 2006 einen kräftigen Anstieg beim Umsatz und beim operativen Ertrag aus und untermauert damit ihre Rückkehr zu Wachstum und Profitabilität. Die Umsatzrendite erreichte 4,1 Prozent (Vorjahr: 2,2 Prozent). Der Umsatz stieg um 11,8 Prozent auf 2,7 Mrd. € (Vorjahr: 2,4 Mrd. €), was in erster Linie auf die 2006 erworbenen Buchhandelsketten Forum Alsatia (Frankreich) und Bertrand (Portugal) sowie die erstmals ganzjährige Konsolidierung der Vorjahresakquisitionen Columbia House (USA) und Librairies Privat (Frankreich) zurückzuführen ist. Portfoliobereinigt war der Umsatz leicht rückläufig. Höhere Umsätze verzeichnete insbesondere das weiterhin dynamisch wachsende Clubgeschäft in Osteuropa. Das Operating EBIT konnte die Direct Group mit 110 Mio. € (Vorjahr: 53 Mio. €) verdoppeln. Dieser überproportionale Ergebniszuwachs wird auf breiter Front von vielen Clubs getragen und von weiterhin striktem Kostenmanagement gestützt.

Das Clubgeschäft in Deutschland schaffte im Berichtszeitraum die Ertragswende. Erstmals seit mehreren Jahren erzielte Der Club Bertelsmann wieder ein klar positives Ergebnis. Auch der britische Club BCA hat nach umfassenden Kostensenkungsmaßnahmen sowie der Optimierung von Service und Sortiment den Turnaround geschafft. Das Internet-Geschäft der Direct Group entwickelte sich erneut dynamisch. In Europa führte die Direct Group ihre Strategie einer engeren Verzahnung der Clubgeschäfte mit dem stationären Buchhandel konsequent fort. In Frankreich und in Portugal wurden die erworbenen Buchhandelsketten integriert, in Spanien der Aufbau eines eigenen Buchhandelsgeschäfts eingeleitet.

Zahlen im Überblick (in Mio. €)

	2006	2005
Konzernumsatz	19.297	17.890
Operating EBIT der Bereiche	1.944	1.743
Corporate/Konsolidierung	-77	-133
Operating EBIT	1.867	1.610
Sondereinflüsse	1.161	61
EBIT (Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern)	3.028	1.671
Finanzergebnis	-427	-386
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-177	-244
Konzerngewinn	2.424	1.041
davon: Gewinnanteil Bertelsmann-Aktionäre	2.101	880
davon: Gewinnanteil Minderheiten	323	161

Investitionen	1.092	2.565
---------------	-------	-------

	Stand 31.12.2006	Stand 31.12.2005
Wirtschaftliche Finanzschulden	6.760	3.931
Mitarbeiter (Anzahl)	97.132	91.559 ¹

Definition Operating EBIT: Beim Operating EBIT handelt es sich um das Ergebnis vor Finanzergebnis, Steuern sowie vor Sondereinflüssen.

¹ Die Mitarbeiterzahlen des Vorjahres wurden entsprechend einer geänderten Erfassungsmethodik angepasst.

Bereich	Umsatz		Operating EBIT	
	2006	2005	2006	2005
RTL Group	5.640	5.112	835	756
Random House	1.947	1.828	182	166
Gruner + Jahr	2.861	2.624	277	250
BMG	2.017	2.128	173	177
Arvato	4.782	4.365	367	341
Direct Group	2.665	2.384	110	53
Summe der Bereiche	19.912	18.441	1.944	1.743
Corporate/Konsolidierung	-615	-551	-77	-133
Summe Konzern	19.297	17.890	1.867	1.610

Über die Bertelsmann AG

Bertelsmann ist als internationales und traditionsreiches Medienunternehmen in zahlreichen Ländern der Welt verwurzelt. Unser „Spirit to Create“ treibt uns an. Wir inspirieren Menschen durch eine Vielfalt kreativer Medien- und Kommunikationsangebote: Information, Unterhaltung und Services. Die partnerschaftliche Bertelsmann-Unternehmenskultur ist Grundlage unseres wirtschaftlichen Erfolges und unseres gesellschaftlichen Engagements. Als unabhängiges Unternehmen mit starken Unternehmern gestalten wir die Medienwelt von morgen mit.

Zu Bertelsmann gehören Europas Nummer 1 im Fernseh- und Radiogeschäft, die RTL Group, sowie die weltweit größte Buchverlagsgruppe Random House mit mehr als 100 Einzelverlagen (Alfred A. Knopf, Bantam, Goldmann). Auch der größte europäische Zeitschriftenverlag Gruner + Jahr (Stern, Geo, Capital) sowie das Joint Venture Sony BMG (Anastacia, Alicia Keys, Beyoncé, Dido, Usher) stehen für Kreativität und starke Marken. Die Medien- und Kommunikationsdienstleistungen des Unternehmensbereiches Arvato umfassen neben den expandierenden Bereichen Arvato Logistics Services und Arvato Direct Services (Distribution, Service Center, Kundenbindungssysteme) hochmoderne Druckereien, Speichermedienproduktion und umfassende IT-Dienstleistungen. In der Direct Group sind die Endkundengeschäfte von Bertelsmann gebündelt: Buch- und Musikclubs mit mehr als 35 Millionen Mitgliedern weltweit.

Für Rückfragen:

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

Unsere Informationen im Internet (www.bertelsmann.de):

- Pressemitteilung und Vortragscharts zur Bilanzpressekonferenz
- Bertelsmann Geschäftsbericht 2006 als PDF-Download
- Videomitschnitt der Bilanzpressekonferenz
- Fotos aller Vorstandsmitglieder unter Presse / Bilder
- Lebensläufe aller Vorstandsmitglieder