

Pressemitteilung

Bertelsmann im ersten Halbjahr 2006 weiter auf Wachstumskurs

- Zukäufe und operative Stärke lassen Umsatz um 14,5 Prozent auf 9,1 Mrd. Euro steigen
- Operating EBIT legt um 8,9 Prozent auf 701 Mio. Euro zu
- Mitarbeiterzahl auf 92.772 gestiegen
- Investitionszurückhaltung nach Aktienrückkauf bis Ende 2007
- Knapp zehnpromtlicher Zuwachs bei Umsatz und Ertrag im Gesamtjahr erwartet

Gütersloh, 6. September 2006 – Bertelsmann hat seinen Wachstumskurs im ersten Halbjahr 2006 fortgesetzt und sowohl den Umsatz als auch den operativen Ertrag gesteigert. Wie das internationale Medienunternehmen am Mittwoch mitteilte, legte der Umsatz – bedingt durch Akquisitionen und durch operative Stärke – um 14,5 Prozent auf 9,1 Mrd. Euro (Vorjahr: 8,0 Mrd. Euro) zu. Das organische Wachstum zog dabei verglichen mit dem Vorjahr auf 4,0 Prozent an (Vorjahr: 1,2 Prozent). Das Operating EBIT wuchs im Berichtszeitraum um 8,9 Prozent auf 701 Mio. Euro (Vorjahr: 644 Mio. Euro). Dazu trugen vor allem die RTL Group mit gestiegenen TV-Werbeinnahmen und einem florierenden Fernsehproduktionsgeschäft sowie die Direct Group bei, die in allen ihren Geschäftsbereichen (Buch- und Musikclubs) Ergebnisverbesserungen erzielte. Das Buchgeschäft (Random House) und der Medien- und Kommunikationsdienstleister Arvato blieben auf hohem Ertragsniveau stabil, während der operative Gewinn von Gruner + Jahr leicht unter Vorjahr blieb. Im Musikbereich (BMG) konnte eine sehr positive Entwicklung im Verlagsgeschäft einen deutlichen Rückgang im Tonträgergeschäft nur teilweise ausgleichen; dort stehen im zweiten Halbjahr wichtige Alben-Veröffentlichungen und damit eine Geschäftsbelebung an. Generell ist im Mediengeschäft die zweite Jahreshälfte die traditionell stärkere.

Gunter Thielen, Vorstandsvorsitzender der Bertelsmann AG, erklärte: „Bertelsmann ist mit Schwung in das Jahr gestartet. Unsere Geschäfte laufen gut, die Investitionsoffensive des vergangenen Jahres trägt sichtbar Früchte. Wir sind mit unserem vielschichtigen Portfolio und der breiten internationalen Präsenz optimal aufgestellt, um ertragsorientiertes Wachstum zu generieren. Dabei werden wir die Chancen der rasanten technologischen Entwicklung im Medienbereich aktiv nutzen. So legen wir beispielsweise aktuell einen mit zunächst 50 Mio. Euro ausgestatteten Venture Capital Fonds auf, der uns einen direkten Zugang zu Zukunftstechnologien und -geschäften sichern soll.“

Der Konzerngewinn von Bertelsmann erreichte im ersten Halbjahr 339 Mio. Euro nach 330 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum, in dem einmalige positive Steuereffekte angefallen waren. Die dynamische Entwicklung im operativen Geschäft führte zu einer Zunahme der Beschäftigtenzahlen auf 92.772 Mitarbeiter zum 30. Juni 2006 (31. Dezember 2005: 88.516).

Der im Mai 2006 mit der Groupe Bruxelles Lambert (GBL) vereinbarte Rückkauf der 25,1-prozentigen GBL-Beteiligung an Bertelsmann für 4,5 Mrd. Euro ließ die wirtschaftlichen Finanzschulden des Konzerns zum Stichtag 30. Juni 2006 auf 8,7 Mrd. Euro ansteigen (31. Dezember 2005: 3,9 Mrd. Euro). Für einen raschen Schuldenabbau sollen der Verkauf des Musikverlagsgeschäfts, eine hohe Mittelfreisetzung aus dem laufenden Geschäft, eine vorübergehende Investitionszurückhaltung sowie eine moderate Dividendenpolitik sorgen.

Nach einer für kommende Woche angesetzten Roadshow und abhängig von den Marktbedingungen wird Bertelsmann einen Euro-Bond im Benchmark-Volumen begeben, um den Brückenkredit zur Finanzierung des Aktienrückkaufs teilweise abzulösen. Mandatsbanken sind Barclays Capital, BNP Paribas, Deutsche Bank und RBS.

Thomas Rabe, Finanzvorstand der Bertelsmann AG, betonte: „Ende 2007 werden wir unsere internen Finanzierungsziele wieder erreicht haben. Die bisherigen Reaktionen des Kapitalmarktes und der Ratingagenturen zeigen, dass unser Finanzierungskonzept nach dem Aktienrückkauf für glaubwürdig erachtet wird. Ab 2008 kann Bertelsmann wieder über einen Finanzspielraum von jährlich gut einer Milliarde Euro verfügen. Die aktuelle Bilanz zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Für das laufende Geschäftsjahr bestätigen wir unsere Prognose einer knapp zehnpromzentigen Umsatz- und Ergebnissteigerung. Bertelsmann wird das operative Rekordergebnis von 2005 damit übertreffen.“

Unternehmensbereiche:

Europas führende Fernseh-, Radio- und TV-Produktionsgruppe **RTL Group** (Umsatz: 2,9 Mrd. Euro; Operating EBIT: 471 Mio. Euro) verzeichnete im Halbjahr einen kräftigen Anstieg bei Umsatz und Ertrag. Für den Zuwachs sorgte vor allem ein verbessertes Werbegeschäft in allen wichtigen europäischen Märkten mit Ausnahme Großbritanniens. Insbesondere die RTL-Senderfamilie in Deutschland und M6 in Frankreich konnten die Werbeeinnahmen steigern. RTL Nederland verzeichnete trotz eines neuen Wettbewerbers auf dem TV-Markt stabile Marktanteile und ein deutliches Ergebnisplus. Mit Erfolgsformaten wie „Idol“, „Quizmania“ und „The X-Factor“ leistete auch der Produktionsbereich Fremantle Media einen signifikant gestiegenen Umsatz- und Ergebnisbeitrag. M6 gelang es, seine Pionierrolle im Ausbau des Diversifikationsgeschäfts zu untermauern: Zusatzgeschäfte wie das vom Start weg erfolgreiche Mobilfunkangebot M6 Mobile mit inzwischen mehr als einer halben Million Abonnenten stehen für einen stetig wachsenden Anteil werbeunabhängiger Erlöse.

Random House (Umsatz: 859 Mio. Euro; Operating EBIT: 48 Mio. Euro), weltweit größte Buchverlagsgruppe, hat den Umsatz im Halbjahr trotz weiterhin stagnierender Buchkonjunktur gesteigert und den operativen Gewinn stabil gehalten. Dazu trugen eine verbesserte Performance in Nordamerika und Deutschland sowie die anhaltend hohe Profitabilität von Random House UK bei. In den USA gelang es den Random-House-Autoren, in den ersten sechs Monaten des Jahres mit insgesamt 24 Titeln auf Platz Eins der New-York-Times-Bestsellerlisten zu kommen – mehr als im Gesamtjahr 2005. In Großbritannien steuerte Random House mehr als ein Viertel aller Titel auf den Bestsellerlisten der Sunday Times bei. Der Rekordabsatz von Dan Browns Thriller „The Da Vinci Code“ setzte sich mit einer filmbegleitenden Taschenbuchausgabe fort: Mehr als sieben Millionen Exemplare gingen allein in den USA und Großbritannien in Druck. Die deutsche Verlagsgruppe Random House weitete ihr Geschäft mit der Übernahme von Gerth Medien und dem Programm der im Vorjahr erworbenen Verlage DVA, Kösel und Manesse aus.

Der führende europäische Magazinverlag **Gruner + Jahr** (Umsatz: 1,4 Mrd. Euro; Operating EBIT: 111 Mio. Euro) erzielte einen deutlich gestiegenen Umsatz; das operative Ergebnis des ersten Halbjahres blieb unter dem des Vorjahres. Der Umsatz wuchs bei weitgehend stabilen Stammgeschäften im In- und Ausland durch die Einbeziehung der Motor Presse und des Tiefdruck-Joint-Ventures Prinovis sowie durch 2005 neu eingeführte Titel wie „Park Avenue“, „View“ und „Healthy Living“ in Deutschland oder „Glamour“ in den Niederlanden. Im ersten Halbjahr 2006 setzte Gruner + Jahr seine Offensive mit Neueinführungen fort: Die Verlagsgruppe gründete weitere internationale Ableger von GEO und ging in Deutschland mit dem Frauen-Magazin „emotion“ an den Start. Anlaufverluste der neuen Titel sowie verschärfter Wettbewerb im Druckbereich belasteten das Operating EBIT; die erfreuliche Ergebnisentwicklung bei den Stammtiteln in Deutschland und Frankreich konnte dies jedoch zu einem großen Teil ausgleichen.

Der Unternehmensbereich **BMG** (Umsatz: 888 Mio. Euro; Operating EBIT: 2 Mio. Euro), der aus dem 50-prozentigen Bertelsmann-Anteil an Sony BMG und dem aktuell zum Verkauf stehenden Musikverlag BMG Music Publishing besteht, lag bei Umsatz und Ertrag unter Vorjahr. Die sehr positive Entwicklung im Verlagsgeschäft konnte einen deutlichen Rückgang im Tonträgergeschäft nur teilweise ausgleichen. Dieser Rückgang hängt mit einem anhaltenden Marktrückgang und mit der Verschiebung wichtiger Veröffentlichungen zusammen. Die hohen realisierten Kostensenkungen des Joint Ventures konnten den Margenverlust abfedern, aber nicht auffangen. Für das erste Halbjahr geplante Alben internationaler Stars standen zu Beginn des zweiten Halbjahres unmittelbar bevor bzw. erfolgten bereits. Dies wird zu einer Geschäftsbelebung führen. Der Anteil des digitalen Geschäfts am Gesamtumsatz von Sony BMG hat sich auf gut 13 Prozent erhöht und damit im Vergleich zum Vorjahr praktisch verdoppelt.

Der Medien- und Kommunikationsdienstleister **Arvato** (Umsatz: 2,2 Mrd. Euro; Operating EBIT: 96 Mio. Euro) hat seinen Umsatz spürbar gesteigert, der operative Ertrag blieb trotz schwierigen Marktumfelds stabil. Das Umsatzwachstum basierte auf organischer Stärke sowie auf Portfolioeffekten, so etwa der Einbeziehung von Prinovis und der Infoscore-Gruppe. Der Dienstleistungsbereich profitierte von einer starken Nachfrage im Bereich Servicecenter mit einer sehr guten Entwicklung in Frankreich und einem erfreulichen Kundenbindungsgeschäft in Deutschland. Untermuert wird dies durch den anhaltenden Trend zum Outsourcing von Kommunikations- und Logistikdienstleistungen. Schwieriger ist die aktuelle Geschäftssituation im Benelux-Raum sowie im Bereich der Reparatur von Mobilfunkgeräten. Die Drucksparte von Arvato konnte sich in angespannter Marktlage gut behaupten. Bei den Druckereien in den USA und Italien sowie bei Prinovis wirkten sich hoher Preisdruck und Überkapazitäten ergebnismindernd aus, dies konnte durch gute Geschäfte bei Mohn Media jedoch ausgeglichen werden.

Die **Direct Group** (Umsatz: 1,3 Mrd. Euro; Operating EBIT: 13 Mio. Euro) verzeichnete ein kräftiges Umsatz- und Ergebnisplus; zur Ergebnissteigerung trugen alle Geschäftsbereiche bei. Gestützt wurde der Wachstumskurs von Akquisitionen; bereinigt ergab sich ein leichter Umsatzrückgang. Kostenmanagement und die zügige Integration der Zukäufe bildeten die Basis für die deutlich verbesserte Ertragslage. In Europa konnte die Direct Group ihre Position als führender Buchverkäufer ausbauen. Im Frühjahr übernahm France Loisirs die Buchhandelskette Forum Alsatia. In Portugal ist die Direct Group mit dem Erwerb der Filialkette Bertrand per 1. Juli 2006 zum führenden Buchhändler des Landes aufgestiegen. Die enge Kombination aus Club und Buchhandel eröffnet der Direct Group mit ihren weltweit rund 35 Millionen Clubmitgliedern neue Kundenkreise. In den USA wurde die Zusammenführung des DVD-Versandhändlers Columbia House mit dem Musikclub BMG Direct rasch und kosteneffizient vollzogen.

Zahlen im Überblick (in Mio. €)

	1.1.2006 – 30.6.2006	1.1.2005 – 30.6.2005
Konzernumsatz	9.144	7.988
Operating EBIT der Bereiche	741	682
Corporate/Konsolidierung	-40	-38
Operating EBIT	701	644
Sondereinflüsse	-8	-80
EBIT (Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern)	693	564
Zinsergebnis	-57	-40
Übrige finanzielle Aufwendungen	-115	-107
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-182	-87
Konzerngewinn	339	330
davon: Gewinnanteil Bertelsmann-Aktionäre	243	224
davon: Gewinnanteil Minderheiten	96	106

Investitionen	553	765
---------------	-----	-----

	Stand 30.6.2006	Stand 31.12.2005
Wirtschaftliche Finanzschulden*	8.723	3.931
Mitarbeiter	92.772	88.516

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

* Nettofinanzschulden zuzüglich Pensionsrückstellungen, Genusskapital und Kaufpreis GBL-Anteil.

Bereich	Umsatz		Operating EBIT	
	1.1. - 30.6.06	1.1. - 30.6.05	1.1. - 30.6.06	1.1. - 30.6.05
RTL Group	2.854	2.397	471	371
Random House	859	799	48	48
Gruner + Jahr	1.374	1.188	111	126
BMG (gesamt)	888	952	2	48
<i>BMG Music Publishing *</i>	183	183	30	23
Arvato	2.202	1.874	96	100
Direct Group	1.264	1.016	13	-11
Summe der Bereiche	9.441	8.226	741	682
Corporate/Konsolidierung	-297	-238	-40	-38
Summe Konzern	9.144	7.988	701	644

* Im 2. Halbjahr zum Verkauf stehendes Teilgeschäft von BMG

Über die Bertelsmann AG

Bertelsmann ist ein Medienunternehmen, das weltweit führende Positionen in den relevanten Märkten einnimmt. Kerngeschäft ist die Erstellung erstklassiger Medieninhalte. Zur Unternehmensgruppe 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 der Musikbereich BMG, bestehend aus dem Joint Venture Sony BMG (Anastacia, Alicia Keys, Beyoncé, Dido, Usher) und dem Musikverlag BMG Music Publishing, 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