

Pressemitteilung

Sperrfrist: Dienstag, 24. März 2009, Beginn der Pressekonferenz – 10.30 Uhr

Bertelsmann mit solider Geschäftsentwicklung und gestärktem Portfolio

- Umsatz im Geschäftsjahr 2008 mit 16,1 Mrd. € stabil
- Operating EBIT bei 1,6 Mrd. €
- Umsatzrendite mit 9,7 Prozent weiterhin auf hohem Niveau
- Konzerngewinn durch Sondereinflüsse beeinträchtigt
- Schulden deutlich reduziert
- Portfoliomaßnahmen verbessern Wachstumsprofil
- Schwerpunkt für 2009 liegt auf Sicherung der Geschäfte

Berlin, 24. März 2009 – Bertelsmann wies 2008 eine solide Geschäftsentwicklung auf. In einem schwierigen konjunkturellen Umfeld blieb der Umsatz der fortgeführten Aktivitäten stabil; der operative Ertrag gab verglichen mit dem Vorjahr nach, erreichte aber erneut ein hohes Niveau. Die Schulden wurden signifikant reduziert. Das Geschäftsjahr war geprägt von umfangreichen Portfoliomaßnahmen, die das Wachstumsprofil von Bertelsmann nachhaltig verbessert haben.

Der Vorstandsvorsitzende der Bertelsmann AG, Hartmut Ostrowski, erklärte: „Bertelsmann ist 2008 ein gutes Stück vorangekommen. Wir haben uns von schrumpfenden Geschäftsteilen getrennt und sind heute strategisch deutlich besser aufgestellt als noch vor zwölf Monaten. Bertelsmann verfügt jetzt in fast allen Geschäften über gute bis sehr gute Marktpositionen. Auch operativ sind wir stark. Mit 9,7 Prozent haben wir eine gute operative Umsatzrendite erzielt – im Rückblick sogar eine der bisher besten.“

Bertelsmann trennte sich 2008 von der 50-Prozent-Beteiligung am Musik-Joint-Venture Sony BMG und Teilen des in der Direct Group gebündelten Direktkundengeschäfts. Zugleich wurde mit dem neuen Musikrechtegeschäft BMG Rights Management, der Neugründung UFA Sports oder der „Deutschland Card“ eine Vielzahl Erfolg versprechender Geschäfte an den Start gebracht. Über zwei Fonds investierte Bertelsmann außerdem in neue digitale Medien und Services sowie in zukunftssträchtige Geschäfte im asiatischen Raum.

Der Umsatz der fortgeführten Aktivitäten lag 2008 mit 16,1 Mrd. € und einer Abweichung um -0,5 Prozent weitgehend stabil auf Höhe des Vorjahres (16,2 Mrd. €; ebenfalls fortgeführte Aktivitäten). Bereinigt um Portfolio- und Wechselkurseffekte wuchs der Umsatz um 1,3 Prozent. Der Gewinn vor Zinsen, Steuern und Sondereinflüssen (Operating EBIT) betrug 1.568 Mio. € nach 1.717 Mio. € im Vorjahr (-8,7 Prozent) und spiegelt damit die konjunkturelle Eintrübung in der zweiten Jahreshälfte wider. Die operative Umsatzrendite erreichte mit 9,7 Prozent (Vorjahr: 10,6 Prozent) einen hohen Wert. Der Konzerngewinn fiel mit 270 Mio. € niedriger aus als im Vorjahr (405 Mio. €). Grund dafür sind neben Restrukturierungen, die gegen Ende des Geschäftsjahres zwecks Vorsorge für 2009 initiiert wurden, vor allem Wertberichtigungen im britischen TV-Geschäft und bei der Direct Group. Die Mittelfreisetzung aus dem operativen Geschäft erreichte 2008 einen Rekordwert.

Hartmut Ostrowski weiter: „Unsere Geschäftsentwicklung und unser solides finanzielles Fundament geben uns den notwendigen Rückhalt für das herausfordernde Jahr 2009. Die globale Wirtschaftskrise mit ihren Auswirkungen auf Konsumverhalten und Werbebuchungen stellt auch für Bertelsmann in einigen Bereichen eine Belastungsprobe dar. Unser Schwerpunkt liegt aktuell auf der Sicherung der Geschäfte, unserer hohen Ertragskraft und unserer Liquidität. Das bedeutet in erster Linie Kostendisziplin und Zurückhaltung bei den Investitionen, aber auch, dass wir einen verstärkten Fokus auf Marktanteilsgewinne und unternehmerische Innovationen legen. Wir fühlen uns mit unserer breiten geschäftlichen und geografischen Aufstellung sowie mit unserer unternehmerischen Ausrichtung gut gerüstet.“

Die TV-, Radio- und Fernsehproduktionsgruppe RTL Group erreichte 2008 bei Umsatz und Ertrag erneut ein hohes Niveau und trotzte in vielen Bereichen den teilweise deutlich rückläufigen Fernsehwerbemärkten. Der Medien- und Kommunikationsdienstleister Arvato verzeichnete Wachstum in nahezu allen Firmenbereichen und steigerte sowohl den Umsatz als auch das Operating EBIT. Die Direct Group, die sich mit ihren Clubs und Buchhandelsketten nach einer strategischen Neuordnung nunmehr auf europäische Kernmärkte konzentriert, gab beim Umsatz nach, legte hingegen beim Operating EBIT zu. Der Zeitschriftenverlag Gruner + Jahr gab vor dem Hintergrund einbrechender Anzeigenmärkte und einer anhaltenden Konsumschwäche sowohl beim Umsatz als auch beim operativen Ertrag nach, ebenso die Buchverlagsgruppe Random House, deren Umsatz und Ergebnis stark von negativen Wechselkurseffekten beeinflusst war.

Die Investitionen lagen im Geschäftsjahr 2008 mit 1.095 Mio. € leicht über dem Niveau des Vorjahres (1.032 Mio. €). Sie flossen neben Sachanlagen, immateriellen Vermögensgegenständen und Finanzanlagen auch in den Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung am griechischen Medienunternehmen Alpha Media Group durch die RTL Group und in den Kauf des spanischen Callcenter-Betreibers Qualytel durch Arvato.

Die wirtschaftlichen Finanzschulden, die bei Bertelsmann die Nettofinanzschulden, die Pensionsrückstellungen, das Genusskapital und den Barwert der Operating Leases umfassen, wurden zum Stichtag 31. Dezember 2008 um 1,1 Mrd. € auf 6.627 Mio. € (Vorjahr: 7.720 Mio. €) reduziert, die Nettofinanzschulden allein um mehr als 800 Mio. €. Der so genannte Leverage Factor, der als Gradmesser der Verschuldung das Verhältnis aus wirtschaftlichen Finanzschulden zum Operating EBITDA ausdrückt, lag mit 3,2 leicht über dem internen Zielwert von 3,0.

Bertelsmann-Finanzvorstand Thomas Rabe: „Unsere ausgewogene Finanzpolitik hat sich einmal mehr bezahlt gemacht – in Form einer langfristig gesicherten Finanzierung und einer guten Bonität. Dank vorausschauender Finanzierungstransaktionen und freier Kreditlinien ist unsere Liquidität bereits jetzt bis über das Jahr 2010 hinaus sichergestellt. Bertelsmann steht auf einem festen Fundament.“

Bertelsmann wird für das Geschäftsjahr 2008, wie schon in den Jahren zuvor, eine Gewinnbeteiligung an alle eingebundenen Mitarbeiter ausschütten. Im Mai 2009 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 5,12 Prozent (Vorjahr: 5,45 Prozent) liegen.

Für das Jahr 2009 erwartet Bertelsmann, dass die weltweite Wirtschaftskrise die konjunkturelle Entwicklung und damit auch die Geschäftsaussichten des Unternehmens belasten wird. Bertelsmann rechnet insgesamt mit einem Rückgang beim Umsatz und beim operativen Ergebnis. Das Ausmaß der Veränderung gegenüber dem Vorjahr wird von Stärke und Dauer der konjunkturellen Schwächephase abhängen.

Weitere Eckwerte:

Sondereinflüsse: Die Sondereinflüsse bei den fortgeführten Aktivitäten beliefen sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf -676 Mio. € nach -409 Mio. € im Vorjahr. Sie setzten sich maßgeblich aus außerordentlichen Abschreibungen auf Firmenwerte in einer Gesamthöhe von -502 Mio. € sowie Restrukturierungsaufwendungen und weiteren Sondereinflüssen in Höhe von -173 Mio. € zusammen. Die Geschäftsentwicklung und Marktlage in Großbritannien führten beim Fernsehsender Five zu einem Impairment von -337 Mio. €. Weitere Wertanpassungen erfolgten bei der Direct Group in Frankreich und Portugal, bei den Radio-Aktivitäten der RTL Group in Deutschland sowie bei Arvato. Restrukturierungen und Abfindungen verteilten sich über alle Unternehmensbereiche. Sie standen im Zusammenhang mit Anpassungen an die konjunkturelle Entwicklung und daraus resultierenden Kostensenkungsprogrammen sowie organisatorischen Umstrukturierungen, insbesondere bei Random House und Gruner + Jahr.

Cash Flow: Im Berichtszeitraum wurde ein Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit in Höhe von 1.789 Mio. € (Vorjahr: 1.463 Mio. €) generiert. Der Anstieg basierte im Wesentlichen auf geringeren Steuerzahlungen und niedrigeren auszahlungsrelevanten Sondereinflüssen gegenüber dem Geschäftsjahr 2007. Der nachhaltige, um Einmaleffekte bereinigte operative Free Cash Flow betrug 1.624 Mio. € (Vorjahr: 1.714 Mio. €), wodurch sich die Cash Conversion Rate auf den Rekordwert von 105 Prozent gegenüber 95 Prozent im Vorjahr erhöhte.

Bilanzsumme: Die Bilanzsumme lag zum Stichtag 31. Dezember 2008 mit 20,1 Mrd. € unter dem Vorjahreswert von 21,8 Mrd. €. Das Eigenkapital erhöhte sich von 6,1 Mrd. € auf 6,2 Mrd. €. Damit ergab sich eine Eigenkapitalquote von 31,0 Prozent (Vorjahr: 28,2 Prozent).

Mitarbeiter: Bertelsmann verzeichnete 2008 wie in den vorangegangenen Jahren einen Mitarbeiterzuwachs. Der Konzern beschäftigte zum Ende des Geschäftsjahres 106.083 Mitarbeiter (Vorjahr: 94.490 in den fortgeführten Aktivitäten). Der Anstieg ist auf organisches Wachstum und Akquisitionen zurückzuführen.

Unternehmensbereiche:

Der Umsatz des führenden europäischen Entertainmentunternehmens **RTL Group** legte trotz zunehmend schwieriger TV- und Radiowerbemarkte in mehreren europäischen Ländern um insgesamt 1,2 Prozent auf 5,8 Mrd. € (Vorjahr: 5,7 Mrd. €) zu. Dazu trugen gegen den Trend gesteigerte Werbeerlöse in Deutschland und ein weiterhin kräftiges Umsatzwachstum beim TV-Produktionsarm Fremantle Media bei. Der operative Ertrag der RTL Group erreichte 927 Mio. € nach 978 Mio. € im Vorjahr (-5,2 Prozent). Auf vergleichbarer Basis (unter Einbeziehung eines im Vorjahr gegen IP Deutschland verhängten Bußgeldes in Höhe von 96 Mio. €) stieg der operative Ertrag der RTL Group um 5,0 Prozent, trotz der schwierigen Marktlage und Programminvestitionen des französischen Senders M6 zur Fußball-EM. Die Umsatzrendite erreichte 16,1 Prozent (Vorjahr: 17,1 Prozent). Die RTL Group beschäftigte zum Jahresende 12.360 Mitarbeiter (31. Dezember 2007: 11.392). Die Mediengruppe RTL Deutschland schnitt 2008 im Werbegeschäft besser ab als der Markt und steigerte ihren Anteil am Nettowerbemarkt signifikant. Umsatz und Ergebnis der deutschen Senderfamilie legten zu. Die Zuschauermarktanteile gaben angesichts großer Sportereignisse, die vom öffentlich-rechtlichen Fernsehen übertragen wurden, leicht nach; in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen blieb die Mediengruppe RTL Deutschland aber deutlich Marktführer. Das international agierende Produktionsunternehmen Fremantle Media wuchs vor allem dank eines erfolgreichen US-Geschäfts weiter dynamisch. Die Geschäfte wurden international ausgebaut. In Frankreich hielt die Groupe M6 den Umsatz trotz eines deutlich rückläufigen TV-Werbemarktes nahezu stabil. Das Ergebnis sank vor dem Hintergrund der Programmausgaben zur Fußball-EM. Mit den Live-Übertragungen der EM-Spiele erzielte M6 Rekorder Einschaltquoten.

Vor dem Hintergrund einer zunehmenden Fragmentierung des französischen Fernsehmarktes gelang es, den kombinierten Zuschauermarktanteil des Hauptsenders M6 und des frei empfangbaren digital-terrestrischen Senders W9 zu steigern. Der britische Sender Five wurde 2008 angesichts schlechter Prognosen für den britischen TV-Werbemarkt um einen substanziellen Betrag (337 Mio. €) wertberichtigt. Strategisch stand für die RTL Group weiterhin im Fokus, die Senderfamilien zu stärken, die nicht-werbeabhängigen Einnahmen zu steigern und in wachstumsträchtige Märkte zu expandieren. Das Unternehmen folgte außerdem dem Ziel, die Zuschauer auf allen verfügbaren Kanälen und Plattformen zu erreichen und so die Möglichkeiten der Digitalisierung voll auszuschöpfen. Die von der RTL Group in mehreren europäischen Ländern gestarteten Digitalsender entwickelten sich positiv. Das Onlineportfolio, Aktivitäten wie Catchup-TV und markengebundene Mobilfunkangebote wurden ausgebaut. Die RTL Group übernahm im Berichtszeitraum einen Mehrheitsanteil am griechischen Rundfunkunternehmen Alpha Media Group mit dem nationalen Hauptsender Alpha TV. In Deutschland wurde das rasch wachsende soziale Netzwerk „Wer-kennt-wen.de“ zunächst in Teilen und später ganz erworben; der Einkaufssender RTL Shop wurde verkauft. Die RTL Group stieg im Berichtszeitraum außerdem erneut in den Sportrechtehandel ein und gründete mit UFA Sports eine neue Agentur unter eingeführtem Namen.

Die weltweit größte Publikumsverlagsgruppe **Random House** gab 2008 beim Umsatz und beim Operating EBIT nach. Die Umsatzrendite erreichte 8,0 Prozent (Vorjahr: 9,4 Prozent). Der Umsatz von Random House sank um 6,3 Prozent auf 1,7 Mrd. € (Vorjahr: 1,8 Mrd. €), maßgeblich bedingt durch negative Wechselkurseinflüsse. Bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen blieb der Random-House-Umsatz trotz eines durch die globale Wirtschaftskrise gedämpften Konsumklimas und stagnierender Buchmärkte stabil. Rückgänge in Nordamerika, vor allem in der zweiten Jahreshälfte, konnten durch einen höheren Buchabsatz und gesteigerte Marktanteile in europäischen Kernmärkten größtenteils aufgefangen werden. Das Operating EBIT ging im Berichtszeitraum um 20,8 Prozent von 173 Mio. € auf 137 Mio. € zurück und spiegelt damit ebenso die Entwicklung von Konjunktur, Konsumklima und Wechselkursen sowie höhere Autorenkosten wider. Die Zahl der Mitarbeiter betrug zum Jahresende 5.779 (31. Dezember 2007: 5.764). Das Geschäftsjahr 2008 war für Random House durch einen Führungswechsel und eine Reorganisation der Verlagsstruktur in den USA geprägt. Zum 1. Juni 2008 übernahm Markus Dohle das Amt des Chairman und CEO von Random House. Zum Jahresende wurden fünf Verlagsgruppen zu drei Einheiten zusammengefasst (Crown Publishing Group, Knopf Doubleday Publishing Group und Random House Publishing Group); die Verlagsgruppe „Kinderbuch“ blieb unverändert. Durch diese Umstrukturierungen fielen signifikante Einmalkosten an. Random House konnte für den Distributions- und Servicebereich neue Kunden unter Vertrag nehmen und verstärkte seine Aktivitäten im digitalen Bereich, darunter eine umfassende E-Book-Kampagne. Die Maßnahmen folgen dem Ziel, Random House auf nachhaltiges Wachstum auszurichten. Die Verlagsgruppe will ihre Markt- und Kundenorientierung bei fortgesetzten Investitionen in verlegerische Qualität stärken. Zu den größten Erfolgen des Jahres gehört Christopher Paolinis Roman „Brisingr“, der sich in nur drei Monaten mehr als vier Millionen Mal in Nordamerika, Deutschland und Großbritannien verkaufte. In den USA gelang es den Random-House-Verlagen, 265 Titel auf den Bestseller-Listen der „New York Times“ zu platzieren, darunter 25 Titel auf Platz eins. Dazu zählen „The Appeal“ von John Grisham, die Memoiren der TV-Ikone Barbara Walters („Audition“) und die Hardcover sowie Taschenbuch-Ausgaben von „The Audacity of Hope“ und „Dreams from My Father“ des neuen US-Präsidenten Barack Obama. Die Verkäufe von E-Books wurden erheblich gesteigert; die Liste der digital verfügbaren Titel soll bis Ende 2009 auf 15.000 ausgeweitet werden. In Großbritannien platzierte die Random House Group UK erneut mehr Titel auf den Bestsellerlisten der „Sunday Times“ als alle anderen Verlage. Der Marktanteil wurde im Berichtszeitraum gesteigert. Im deutschsprachigen Raum erzielte die Verlagsgruppe Random House Rekordumsätze und einen höheren Marktanteil. Zu den Bestsellern zählten Sachbücher von Helmut Schmidt und Richard David Precht sowie Romane von Elizabeth George und Charlotte Link. Auch Random House Mondadori zeigte 2008 im spanischsprachigen Raum eine starke Performance, zu der vor allem Ken Folletts Werk „Un mundo sin fin“ beigetragen hat.

Random House erwarb im Laufe des Geschäftsjahres mehrere Verlage, darunter den Prestel Verlag und die Hugendubel Verlage in Deutschland sowie Watson-Guption Publications in den USA. In Südafrika fusionierte Random House South Africa mit Struik Publishing zum neuen Marktführer Random House Struik. Random-House-Autoren wurden 2008 mit prestigeträchtigen Auszeichnungen bedacht, darunter der nordamerikanische National Book Award in der Kategorie Fiction für „Shadow Country“ von Peter Matthiessen. Neun der „zehn besten Bücher 2008“ der „New York Times Book Review“ stammten aus Random-House-Verlagen.

Der führende europäische Zeitschriftenverlag **Gruner + Jahr** hat 2008 einen Umsatz unter Vorjahr erzielt; das Operating EBIT gab nach. Die Umsatzrendite erreichte 8,1 Prozent (Vorjahr: 9,3 Prozent). Ein Einbruch der Anzeigenmärkte in der zweiten Jahreshälfte und die anhaltende Konsumschwäche ließen den Umsatz um 2,2 Prozent auf 2,8 Mrd. € (Vorjahr: 2,8 Mrd. €) sinken. Die Rückgänge betrafen vor allem Deutschland, Spanien, Frankreich und Polen. Die G+J-Geschäfte in China entwickelten sich über Vorjahr. Das Operating EBIT erreichte 225 Mio. € (-14,8 Prozent) nach 264 Mio. € im Vorjahr. Auch dieser Rückgang ist in erster Linie auf die Werbezurückhaltung infolge der globalen Wirtschaftskrise zurückzuführen. Die Zahl der Mitarbeiter betrug zum Jahresende 14.941 (31. Dezember 2007: 14.448). Gruner + Jahr reagierte auf die schwierige Marktlage vorrangig mit Kostenmaßnahmen und einer Überprüfung des internationalen Titelportfolios. Die Titel „Park Avenue“ in Deutschland, „Gala“ in den Niederlanden, „Life & Style“ in Russland sowie „Bien dans ma vie“ in Frankreich wurden aufgrund mangelnder wirtschaftlicher Perspektive eingestellt. Durch diese Maßnahmen fielen im Berichtszeitraum signifikante Einmalkosten an. Der Geschäftsbereich Consumer Electronics der Motor Presse Stuttgart und der Titel „Frau im Spiegel“ wurden im Laufe des Geschäftsjahres veräußert. Anfang 2008 erwarb Gruner + Jahr die zweite Hälfte der „Financial Times Deutschland“. Die Wirtschaftstitel des Verlagshauses in Deutschland werden künftig von einer Redaktion in Hamburg aus produziert; Wirtschaftsredaktionsstandorte in München und Köln fallen weg. Gruner + Jahr investierte 2008 weiterhin in Titelneugründungen und forcierte den Ausbau seiner vielfältigen Online-Auftritte. So wurde in Frankreich mit „Femmes“ ein neues monatliches Frauenmagazin auf den Weg gebracht, das chinesische G+J-Joint-Venture Boda launchte die Monatszeitschrift „Baby World“. Die Magazinmarke „Geo“ wurde mit Indien, Finnland und den drei baltischen Staaten in fünf weitere Länder expandiert. Mit der Übernahme des Performance-Vermarkters Ligatus verstärkte sich Gruner + Jahr im Bereich Online-Vermarktung. Im Zuge der strategischen Initiative „Expand Your Brand“ wurde in zentrale Online-Auftritte wie das Frauenportal „Brigitte.de“ investiert. Der Online-Ableger der „Brigitte“-Markenfamilie legte im Berichtszeitraum kräftig zu und konnte seine Marktposition spürbar verbessern. Einen starken Zuwachs bei den Besucherzahlen verzeichneten auch die virtuellen Angebote der französischen G+J-Tochter Prisma Presse. Länderübergreifend startete Gruner + Jahr ein Online-Projekt für die Zielgruppe Eltern („Parenting-Network“). Die Online-Werbeerlöse des Vermarkters G+J EMS wuchsen im Berichtszeitraum zweistellig und schneller als der Markt. Die G+J-Stammtitel in Deutschland und Frankreich entwickelten sich überwiegend stabil in einem schwierigen Markt. Eine gute Performance wiesen unter anderem „Gala“, „Neon“ und „Brigitte Woman“ in Deutschland sowie „Voici“ und die TV-Magazine von Prisma Presse in Frankreich auf. Im Beteiligungsgeschäft entwickelte sich das Dresdner Druck- und Verlagshaus („Sächsische Zeitung“) 2008 erfreulich stabil. Hingegen wurde das Druckgeschäft in den USA durch die Rezession im US-amerikanischen Zeitschriftenmarkt erheblich belastet. Die Entwicklung des Tiefdruck-Joint-Ventures Prinovis war durch stark rückläufige Volumina in Kontinentaleuropa gekennzeichnet. Zudem wurde Anfang 2008 die Schließung des Standortes in Darmstadt beschlossen.

Der internationale Medien- und Kommunikationsdienstleister **Arvato** steigerte im Geschäftsjahr 2008 sowohl den Umsatz als auch das Operating EBIT. Die Umsatzrendite betrug 7,4 Prozent (Vorjahr: 7,4 Prozent). Der Umsatz erhöhte sich um 1,5 Prozent auf 5,0 Mrd. € (Vorjahr: 4,9 Mrd. €). Dazu trugen alle drei großen Geschäftsbereiche Arvato Print, Arvato Services und Arvato Digital Services bei.

Das überwiegend organische Wachstum wurde mit neuen Services, durch die Gewinnung neuer Kunden und den Ausbau der internationalen Aktivitäten erzielt. Das Operating EBIT stieg vor diesem Hintergrund um 0,8 Prozent auf 369 Mio. € (Vorjahr: 366 Mio. €). Die Zahl der Mitarbeiter stieg zum Jahresende auf 62.591 (31. Dezember 2007: 51.846). Die Druckdienstleistungssparte Arvato Print entwickelte sich in Summe gut und steigerte trotz schwieriger Bedingungen in den relevanten Kernmärkten Umsatz und Ergebnis. Eine starke Performance wies das Offsetdruckgeschäft auf: Die Mohn-Media-Gruppe trieb die Entwicklung zu einem integrierten Dienstleister rund um die Druckproduktion weiter voran und setzte damit ihren Wachstumskurs fort. Die Entwicklung des Tiefdruck-Joint-Ventures Prinovis war durch stark rückläufige Volumina in Kontinentaleuropa gekennzeichnet. Zudem wurde Anfang 2008 die Schließung des Standortes in Darmstadt beschlossen. Die bei Arvato Services gebündelten Dienstleistungsgeschäfte profitierten von einem anhaltenden Trend zum Outsourcing, einem guten Finanzdienstleistungsgeschäft und einer weiterhin hohen Nachfrage im Bereich Servicecenter. Auch hier stiegen Umsatz und Ergebnis. In Spanien und Südamerika wurde die Marktposition mit der Übernahme des Callcenter-Dienstleisters Qualytel ausgebaut, in Deutschland startete das Multipartnerprogramm „Deutschland Card“ viel versprechend. Ausgebaut wurde die Zusammenarbeit mit öffentlichen Verwaltungen in Großbritannien: Mit dem Sefton Metropolitan Borough Council gewann Arvato Services eine zweite britische Gemeinde als Kunden. Der neu ausgerichtete Speichermedienbereich Arvato Digital Services lag bei Umsatz und Ergebnis ebenfalls über Vorjahr, was vor allem auf deutlich verbesserte Geschäfte in den USA zurückzuführen war. In Europa und insbesondere in Deutschland war die Nachfrage vor allem im vierten Quartal rückläufig. Der DVD-Output wurde gegenüber dem Vorjahr nochmals gesteigert; die CD-Produktion ging aufgrund der anhaltenden Schwäche der Musikindustrie leicht zurück. Durch eine fortschreitende Konzentration auf integrierte Lösungsangebote rund um Speichermedien konnten die Marktanteile in beiden Segmenten in einem schrumpfenden Markt erhöht werden. In Deutschland und den USA baute Arvato Digital Services die Produktionskapazitäten für das hochauflösende Blu-ray-Format weiter aus. Zudem wurde das Dienstleistungsangebot für Unternehmen aus der Hightech-Branche unter anderem durch die Übernahme von Kunden und Assets eines ehemaligen Wettbewerbers gezielt weiterentwickelt. Mit Arvato Mobile und Empolis wurden zum Ende des Geschäftsjahres zwei Randgeschäfte verkauft. Im inzwischen veräußerten Mobilgeschäft und bei Prinovis fielen 2008 Einmalaufwendungen an. Die Direktvertriebsorganisation Inmediaone blieb 2008 aufgrund von Personalengpässen im Vertriebsbereich hinter den Erwartungen zurück, während der IT-Dienstleister Arvato Systems erneut Wachstum generieren konnte.

Die Club- und Buchhandelsgeschäfte der **Direct Group**, die sich nach einer strategischen Neuordnung nunmehr auf den deutsch- und französischsprachigen Raum, die Iberische Halbinsel, Italien und die Ukraine konzentrieren, wiesen in den genannten Märkten 2008 einen gesunkenen Umsatz und ein gestiegenes Operating EBIT auf. Die Umsatzrendite erhöhte sich auf 1,7 Prozent (Vorjahr: 1,4 Prozent). Der Umsatz in den fortgeführten Aktivitäten lag mit gerundet 1,3 Mrd. € um 3,7 Prozent unter dem Vorjahreswert (1,3 Mrd. €). Die Clubs und Buchhandlungen konnten sich damit vergleichsweise gut in stagnierenden bis schrumpfenden Buchmärkten behaupten. Einbußen im traditionellen Clubgeschäft mit Abnahmeverpflichtung wurden größtenteils durch Diversifikationsgeschäfte aufgefangen. Das Operating EBIT stieg auf 22 Mio. € (Vorjahr: 18 Mio. €). Negative Konjunktoreinflüsse vor allem in Spanien und Frankreich konnten durch Kostenmanagement, ein verbreitertes Produktangebot sowie Wachstum in Osteuropa mehr als ausgeglichen werden. Die Zahl der Mitarbeiter betrug zum Jahresende 9.268 (31. Dezember 2007: 10.050). Im Berichtszeitraum wurden gemäß der neuen strategischen Ausrichtung die Clubgeschäfte in Nordamerika, Großbritannien und den Niederlanden/Flandern verkauft. Die Clubaktivitäten in Asien, darunter die Buchclubs und die Buchhandelskette 21st Century in China, wurden mangels wirtschaftlicher Perspektive eingestellt. Für weitere kleinere Clubs in Märkten außerhalb des neuen strategischen Fokus lief der Verkaufsprozess zu Ende der Berichtsperiode noch.

Die Clubs in Deutschland und Frankreich entwickelten sich 2008 weitgehend stabil. Der deutsche Club erzielte zum dritten Mal in Folge einen leichten Gewinn, vor allem dank der wachsenden Akzeptanz von Angeboten außerhalb des Buch- und Musiksortiments wie Reisen, Versicherungen und Mobildienste. In Frankreich setzte die Direct Group die Integration der früheren Buchhandelsketten Librairies Privat und Forum Alsatia unter dem Dach der Marke Chapitre.com fort. In Spanien wurde der Aufbau einer eigenen Buchhandelskette unter dem im benachbarten Portugal etablierten Markennamen Bertrand vorangetrieben. In Portugal selbst erwarb die Direct Group die traditionsreiche Verlagsgruppe Pergaminho. Im Berichtszeitraum fielen substanzielle Restrukturierungskosten in Frankreich und auf der Iberischen Halbinsel im Club- und Retailgeschäft an. Die Zahl der Clubmitglieder war in den Kernmärkten der Direct Group weiter rückläufig. Die Direct Group steuerte dieser Entwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr weiterhin mit der Strategie entgegen, die Wertschöpfungskette um die Clubs herum auszubauen, auch durch verstärkte Online-Aktivitäten. Vor allem im deutschsprachigen Raum wurden zudem Alternativen zur traditionellen Abnahmeverpflichtung getestet.

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

	2008	2007
Konzernumsatz	16.118	16.191
Operating EBIT der Bereiche	1.680	1.799
Corporate/Konsolidierung	-112	-82
Operating EBIT	1.568	1.717
Sondereinflüsse	-676	-409
EBIT (Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern)	892	1.308
Finanzergebnis	-427	-458
Ergebnis vor Steuern aus fortgeführten Aktivitäten	465	850
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-52	-50
Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Aktivitäten	413	800
Ergebnis nach Steuern aus nicht fortgeführten Aktivitäten	-143	-395
Konzerngewinn	270	405
davon: Gewinnanteil Bertelsmann-Aktionäre	142	216
davon: Gewinnanteil Minderheiten	128	189

Investitionen	1.095	1.032
davon: fortgeführte Aktivitäten	1.065	989

	Stand 31.12.2008	Stand 31.12.2007
Wirtschaftliche Finanzschulden	6.627	7.720
Mitarbeiter	106.083	94.490

Die Vergleichszahlen der Vorperiode wurden entsprechend IFRS 5 angepasst.

Bereich	Umsatz		Operating EBIT	
	2008	2007	2008	2007
RTL Group	5.774	5.707	927	978
Random House	1.721	1.837	137	173
Gruner + Jahr	2.769	2.831	225	264
Arvato	4.993	4.917	369	366
Direct Group	1.259	1.308	22	18
Summe der Bereiche	16.516	16.600	1.680	1.799
Corporate/Konsolidierung	-398	-409	-112	-82
Summe Konzern	16.118	16.191	1.568	1.717

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