

Gruner + Jahr stemmt sich erfolgreich gegen die Krise auf den Märkten

Position als Europas größter Zeitschriftenverlag und umsatzstärkstes deutsches Verlagshaus behauptet / Umsatz und Ergebnis unter Einfluss der einsetzenden weltweiten Wirtschaftskrise / „Expand your Brand“-Umsätze gesteigert

Hamburg, 2. April 2009 – Gruner + Jahr, Europas größter Zeitschriftenverlag und das umsatzstärkste deutsche Verlagshaus, hat seine Marktposition im Jahr 2008 behauptet, ist wirtschaftlich gesund und hat ein ordentliches Ergebnis erreicht, wenngleich die Geschäfte weltweit bereits unter negativem Einfluss der einsetzenden Wirtschaftskrise standen.

Nach einem befriedigenden Verlauf im ersten Halbjahr 2008 hinterließ die konjunkturell rezessive Entwicklung in der zweiten Jahreshälfte auf allen europäischen Anzeigenmärkten und damit auch in Umsätzen und Ergebnissen von G+J deutliche Spuren. Insgesamt verzeichnete G+J einen Rückgang der Umsatzerlöse um 2,2 Prozent auf 2,77 Mrd. € (Vorjahr: 2,83 Mrd. €). Das operative Ergebnis vor Sondereinflüssen ging im Berichtszeitraum auf 225 Mio. € (Vorjahr: 264 Mio. €) zurück. Die Umsatzrendite von G+J lag bei 8,1 Prozent (Vorjahr: 9,3 Prozent). Durch Sondereffekte infolge der eingeleiteten Strukturmaßnahmen blieb das EBIT im Geschäftsjahr 2008 mit 170 Mio. € unter Vorjahr (226 Mio. €). Gruner + Jahr erwirtschaftete im Berichtszeitraum weiterhin eine hohe laufende Finanzfreisetzung und ist frei von Finanzschulden.

Im **Markengeschäft** erreichte G+J einen Umsatz von 1,98 Mrd. € nach 2,01 Mrd. € im Vorjahr. Das Operating EBIT ging auf 181 Mio. € (Vorjahr: 198 Mio. €) zurück bei einer Umsatzrendite von 9,1 Prozent (Vorjahr: 9,9 Prozent).

Erste Auswirkungen der Rezession machten sich in allen westeuropäischen Märkten – wenngleich in unterschiedlicher Intensität – für die Verlagsgeschäfte bemerkbar. Das Wachstum durch den erfolgreichen Ausbau der „Expand your Brand“-Aktivitäten sowie die weiterhin erfreulichen Zuwächse in China und den osteuropäischen Ländern konnten die konjunkturell bedingten, teilweise deutlichen Rückgänge der Anzeigenumsätze nicht vollständig kompensieren. Die Vertriebsumsätze zeigten sich gegenüber den konjunkturellen Schwankungen insgesamt robust.

Die 2006 vom G+J-Vorstand initiierte „Expand your Brand“-Strategie, die den Ausbau der G+J-Marken auf neuen Medienplattformen zum Ziel hat, trug weiter Früchte und führte zu einem Anstieg des Anteils der Non-Print-Aktivitäten am Gesamtumsatz Markengeschäft um über 20 Prozent.

Auch die **Beteiligungsgeschäfte** von G+J wurden 2008 durch die einsetzende internationale Wirtschaftskrise belastet. Im Druckgeschäft gingen Umsatz und Ergebnis zurück, während sich die Beteiligung am Dresdner Druck- und Verlagshaus erfreulich entwickelte. Insgesamt waren die Umsatzerlöse des Beteiligungsbereiches von G+J im Geschäftsjahr 2008 rückläufig. Mit einem Operating EBIT in Höhe von 44 Mio. € (Vorjahr: 65 Mio. €) wurde eine geringere Umsatzrendite von 5,6 Prozent (Vorjahr: 8,0 Prozent) erwirtschaftet.

Entwicklung Mitarbeiterzahlen

Die Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei G+J ist im Vergleich zum Vorjahr auf weltweit 14.941 (Vorjahr: 14.448) leicht angestiegen. Die Zahl der Auszubildenden in Deutschland blieb im Vergleich zum Vorjahr (255) mit 247 auch angesichts schwieriger Marktumfeldbedingungen nahezu stabil.

„Trotz des negativen Einflusses der bereits im zweiten Halbjahr spürbaren Wirtschaftskrise ist es Gruner + Jahr gelungen, 2008 insgesamt ein ordentliches Ergebnis zu erwirtschaften. Durch unser vorausschauendes, konsequentes Gegensteuern ist Gruner + Jahr mit seinen starken Medienmarken in gesunder und robuster Verfassung“, erklärte der G+J-Vorstandsvorsitzende Dr. Bernd Buchholz auf einer Pressekonferenz in Hamburg.

„Wir wollen auch zukünftig dem Qualitätsjournalismus verpflichtet bleiben und unserer publizistischen Verantwortung für die Gesellschaft gerecht werden. Dabei müssen wir den strukturellen Herausforderungen auch durch die Bereitschaft zur Veränderung unserer Strukturen begegnen. Wachstumfelder sehen wir in internationalen Märkten, in unserem „Expand your Brand“-Prozess und in einer weiteren Diversifizierung unserer Geschäfte – beispielsweise im Corporate Publishing oder in der digitalen Vermarktung“, so Buchholz weiter.

Achim Twardy, G+J-Vorstand und Chief Financial Officer: „Gruner + Jahr ist ertragsstark und finanziell solide aufgestellt. Wir erwirtschaften weiterhin eine hohe laufende Finanzfreisetzung und

haben keine Finanzschulden. Es hat sich als strategisch richtig erwiesen, dass wir unsere Mittel besonnen in den systematischen Ausbau unserer eigenen Geschäfte investiert haben, statt mit teilweise astronomischen Kaufsummen zu akquirieren. Wir werden diese Investitionspolitik fortsetzen, haben jedoch Handlungsspielräume, um bei Opportunitäten am Markt aktiv werden zu können.“

G+J Deutschland

Trotz des sich im zweiten Halbjahr 2008 drastisch verschlechternden Anzeigenmarktes konnten die Umsatzerlöse von G+J Deutschland im abgelaufenen Geschäftsjahr nochmals gesteigert werden. Einen wesentlichen Beitrag zum Anstieg der Umsatzerlöse leisteten hierbei Portfoliomaßnahmen.

So übernahm G+J Deutschland zu Jahresbeginn 2008 die FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND vollständig. Durch die spätere Zusammenführung mit den G+J Wirtschaftsmagazinen (CAPITAL, IMPULSE und BÖRSE ONLINE) entstand am Standort Hamburg die größte deutsche Wirtschaftsredaktion, in der Ressourcen gemeinsam genutzt werden und dennoch die Identität und das publizistische Niveau der einzelnen Titel gewahrt bleibt.

Durch Gründung eines Joint Ventures mit dem Klambt-Verlag für die Zeitschrift IN – DAS STAR & STYLE MAGAZIN vollzog G+J Deutschland den Einstieg in das Segment junger People-Zeitschriften. IN ist eine hervorragende Ergänzung zur Premiumzeitschrift GALA, die im abgelaufenen Jahr einen erfreulichen Ergebnisbeitrag lieferte.

Mit der Akquisition der Ligatus GmbH im Sommer 2008 gelang G+J Deutschland für G+J Electronic Media Sales (EMS) die Erweiterung der Online-Vermarktung um das stark wachsende Geschäftsfeld Performance-Marketing. Dieser Schritt ermöglicht es G+J EMS, sich als ganzheitlicher Lösungsanbieter im Premium-Segment der Online-Vermarktung zu platzieren und seine Wettbewerbsposition zu stärken. Die Entwicklung des Vermarkters übertraf in 2008 sowohl bei Umsatz als auch Ergebnis deutlich die Erwartungen. Auch im bereits bestehenden Geschäft der Display-Vermarktung konnte G+J EMS überzeugen. Mit einem Wachstum von über 50 Prozent entwickelte sich EMS deutlich besser als der Markt. Wachstumstreiber waren neben bereits bestehenden Mandanten-Sites („arcor.de“ und „Vodafone *live!*“) auch neue Mandaten wie FTD.de, CHEFKOCH.de und „mamiweb.de“.

Der Bereich Corporate Publishing konnte in 2008 sein Wachstum fortsetzen. Schwerpunkte von Corporate Media sind B2C-Kunden- und Mitarbeitermagazine im Premiumbereich.

Die im Rahmen der „Expand your Brand“-Strategie im Vorjahr akquirierten Sites XX-WELL.com (Online Diätcoach) sowie CHEFKOCH.de (Food-Community) entwickelten sich erfreulich.

Die wesentliche Basis für den Markterfolg von G+J Deutschland bildeten erneut die starken und etablierten Medienmarken. Trotz der sehr angespannten Situation auf dem deutschen Anzeigenmarkt konnten Titel wie GALA, BRIGITTE WOMAN, DOGS, NEON, ESSEN UND TRINKEN, HEALTHY LIVING und P.M. ihre Anzeigengeschäfte im Vergleich zum Vorjahr verbessern. Die Vertriebsumsätze von G+J Deutschland blieben im Vergleich zum Vorjahr durchweg stabil. Aufgrund fehlender wirtschaftlicher Perspektive wurden die Magazine PARK AVENUE und VIVA eingestellt. Der Titel „Frau im Spiegel“ wurde an die WAZ-Mediengruppe veräußert.

Die Motor Presse Stuttgart musste im abgelaufenen Geschäftsjahr aufgrund des starken Einbruches der Automobilnachfrage sowie des dadurch bedingten drastischen Rückganges der Anzeigenbuchungen deutliche Umsatzverluste hinnehmen. Der Geschäftsbereich Telekommunikation und Consumer Electronics wurde in 2008 an die WEKA Verlagsgruppe, München, veräußert.

G+J Frankreich

Ein rückläufiges Anzeigen- und Vertriebsvolumen prägten den französischen Zeitschriftenmarkt. Erfreulicherweise konnte Prisma Presse den Vertriebsumsatz gegen den Markttrend gegenüber Vorjahr stabil halten und die eigene Marktposition verteidigen. Zudem erreichte Prisma Presse gegenüber den Hauptkonkurrenten eine Marktanteilssteigerung im Anzeigengeschäft. Die Umsatzerlöse konnten dennoch nicht auf Vorjahresniveau gehalten werden. Konsequentes Kostenmanagement und erfolgreiche Akquisitionen führten – trotz im Vergleich zum Vorjahr gesteigener Ausgaben für Entwicklungskosten im Online-Bereich – zu einer weiteren Ergebnissteigerung.

Mit dem Launch des Titels FEMMES brachte Prisma Presse den ersten eigenen Luxussegment-Titel für die Zielgruppe von Frauen über 40 Jahren erfolgreich auf den französischen Markt.

Dagegen musste der Titel BIEN DANS MA VIE in 2008 eingestellt werden. Motor Presse Frankreich erweiterte sein Portfolio durch die Übernahme von sechs Titeln aus dem Hause Mondadori.

Prisma Presse begann 2008 mit dem Aufbau des Geschäftsfeldes Corporate Publishing auf Basis eines großvolumigen Etatgewinnes für den Pay-TV-Kanal CANAL+. Die Websites von Prisma Presse verdoppelten in 2008 ihre Reichweiten; auch die Online-Umsätze wurden im Vorjahresvergleich gesteigert und übertrafen die durchschnittliche Marktentwicklung. Prisma Presse ist damit Marktführer unter den reinen Verlagswebsites.

G+J International

Die Geschäfte in den Ländern des Unternehmensbereiches G+J International wurden unterschiedlich stark von der weltweiten Rezession in Mitleidenschaft gezogen. Nach signifikantem Wachstum in den Vorjahren waren Umsatz und operatives Ergebnis in 2008 erstmals rückläufig. Ursache hierfür waren neben den gesunkenen Anzeigenerlösen vor allem Kosten für Struktur- und Portfoliomaßnahmen. Aufgrund fehlender Entwicklungsperspektiven wurden die Titel GALA (Niederlande), LIFE & STYLE (Russland) sowie MAXI TUNING (Tschechien) eingestellt. Der Titel MOJE MIESZKANIE (Polen) wurde veräußert.

G+J International war in 2008 mit einer verschärften krisenhaften Entwicklung in Spanien konfrontiert. Neben dem Zusammenbrechen des Immobilienbooms war der Absatzrückgang in der Automobilbranche um mehr als 50 Prozent im Vergleich zum Vorjahr ein wesentliches Kennzeichen der Wirtschaftskrise Spaniens. Die Titel von Motorpress Ibérica mussten demzufolge signifikante Umsatzeinbrüche hinnehmen.

Weiterhin erfreulich verlief dagegen die Entwicklung in China. Die Beteiligung BODA entwickelte sich hervorragend; das Unternehmen blickt auf das erfolgreichste Geschäftsjahr seit Bestehen zurück. Umsatz und Ergebnis der Medienmarke RAY LI konnten in 2008 weiter deutlich gesteigert werden. Der Launch des Magazins BABY WORLD von G+J China rundete das erfolgreiche Geschäftsjahr in China ab.

Die Aktivitäten des Adria-Joint Ventures mit Sanoma umfassten unter anderem die Akquisition des Hochzeitstitels VJENCANJA in Kroatien sowie der Elterntitel MAMA und TRUDNOCA in Serbien.

Der im Vorjahr in Kroatien eingeführte Titel SENSA wurde in 2008 auch in Serbien gelauncht, die Zeitschrift STORY ist seit Oktober auch in Slowenien und somit in allen drei Ländern des Adria-Joint Ventures erhältlich.

Das Portfolio der Motor Presse International konnte durch die Akquisition der Titel CHIP, PC-GURU und MASCHINENMARKT in Ungarn sowie durch die Akquisition von H-MAGAZINE und den Launch des Outdoor Sportmagazins OXIGENO SPORT LIFE in Spanien erweitert werden.

Die Internationalisierung von GEO wurde in 2008 mit neuen Ausgaben u. a. in Finnland und Indien vorangetrieben. Darüber hinaus startete G+J ein internationales „Parenting Network“ zunächst in Kroatien, Italien und Frankreich. Der internationale Roll-out wird 2009 in weiteren Ländern fortgesetzt. Durch die Akquisition des polnischen Unternehmens Pixelate Ventures mit der Community-Site EPULS.pl und den Websites STYLIO.pl und STORY.pl konnte G+J Polen sein Angebotsspektrum im Online-Bereich um das Segment der jungen Erwachsenen erweitern.

Bereich Zeitungen

Die Beteiligung am Dresdner Druck- und Verlagshaus, deren Haupttitel die SÄCHSISCHE ZEITUNG, die DRESDNER MORGENPOST und die CHEMNITZER MORGENPOST sind, entwickelte sich in 2008 insgesamt erfreulich. Umsatzrückgänge im Zeitungsgeschäft konnten erfolgreich durch den Ausbau von neuen Geschäftsfeldern kompensiert werden. Wesentlicher Bestandteil des Neugeschäftes ist das Postgeschäft. Hier konnte DD+V durch die Akquisition eines Kundenstammes in Dresden seine Marktstellung weiter ausbauen. Darüber hinaus erwarb das Dresdner Druck- und Verlagshaus in 2008 die zweite Hälfte an der WVD Mediengruppe in Chemnitz.

Bereich Druck

Zu Beginn des Jahres 2008 war beim Tiefdruck-Joint Venture Prinovis, an dem neben G+J und arvato auch Axel Springer beteiligt ist, die Schließung des Standortes Darmstadt notwendig geworden. Der Margenverfall der europäischen Druckindustrie schwächte sich im Jahresverlauf deutlich ab. Allerdings waren in 2008 in Kontinentaleuropa konjunkturell bedingt rückläufige Volumina in der Tiefdruckindustrie zu verzeichnen. Prinovis Liverpool konnte hingegen durch die planmäßige Erhöhung der Auslastung eine erfreuliche Verbesserung von Umsatz und Ergebnis verzeichnen.

Durch die rezessive Entwicklung des amerikanischen Zeitschriftenmarktes verschlechterte sich auch die Auslastung der Druckerei Brown Printing im zweiten Halbjahr 2008 drastisch. Im Wettbewerbsvergleich konnte Brown Printing jedoch deutlich Marktanteile hinzugewinnen.

Für Rückfragen:

Alexander Adler
Leiter Externe Kommunikation
20444 Hamburg
Telefon +49 (0) 40 / 37 03 - 22 44
Telefax +49 (0) 40 / 37 03 - 56 17
E-Mail adler.alexander@guj.de
Internet www.guj.de

Das Druck- und Verlagshaus Gruner + Jahr ist Europas größtes Magazinhaus und der umsatzstärkste deutsche Verlag. Rund 15.000 Mitarbeiter erreichen mit mehr als 500 Magazinen und digitalen Angeboten Leser und Nutzer in über 30 Ländern. Bei G+J erscheinen u. a. STERN (D), BRIGITTE (D), GEO (D, E, F, RU), CAPITAL (D, F), GALA (D, F, PL, RU), ELTERN (CHN, D, E, PL), P.M.-Gruppe (D), FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND (D), ESSEN & TRINKEN (D) sowie NATIONAL GEOGRAPHIC (D, F, PL, NL). Gruner + Jahr hält 56,5 Prozent an der Motor Presse Stuttgart, einem der größten Special Interest-Zeitschriftenverlage in Europa. G+J ist mit 37,45 Prozent an PRINOVIS Ltd. & Co. KG beteiligt, Europas größtem Tiefdruck-Konzern. Die G+J-Tochtergesellschaft Brown Printing ist eines der größten Offsetdruck-Unternehmen in den USA. Im Geschäftsjahr 2008 betrug der G+J-Umsatz € 2,77 Mrd. Mit einem Auslands-Umsatzanteil von 54 Prozent gehört G+J zu den internationalsten Verlagshäusern der Welt. 74,9 Prozent von Gruner + Jahr gehören zur Bertelsmann AG, 25,1 Prozent hält die Hamburger Verlegerfamilie Jahr.