

Gruner + Jahr meistert Wirtschaftskrise und kann trotz Einbruchs der Werbemärkte das operative Ergebnis gut behaupten.

Die umfangreichen und konsequent umgesetzten Maßnahmen, ein Mix aus kurzfristigen Kostensenkungs- und langfristigen Strukturmaßnahmen, zeigten Wirkung und konnten den Rückgang des Konzernumsatzes im operativen Ergebnis in weiten Teilen kompensieren.

Hamburg, 25. März 2010 – Gruner + Jahr erzielte aufgrund des eingeleiteten Kostensenkungs- und Restrukturierungsprogramms trotz signifikant gesunkener Werbeumsätze im Vergleich zum Vorjahr ein nur leicht rückläufiges operatives Ergebnis. Die globale Wirtschafts- und Finanzkrise mit einer generell reduzierten Markenwerbung führte in den G+J-Kernmärkten 2009 zu deutlich sinkenden Anzeigenumsätzen. Gruner + Jahr begegnete dieser Werbezurückhaltung und dem Strukturwandel in der Medienlandschaft mit einem umfassenden Kostensenkungs- und Umstrukturierungsprogramm in allen Märkten und Ländern. Die konsequent und zügig durchgeführten Maßnahmen, ein Mix aus kurzfristigen Kostensenkungs- und langfristigen Strukturmaßnahmen, entfalteten ihre geplante Wirkung und waren im Ergebnis äußerst effektiv.

Der Konzernumsatz lag in 2009 mit 2.508 Mio. Euro um 9,4 Prozent unter dem Wert des Vorjahres (2.769 Mio. Euro). Den durch die schwache Werbekonjunktur verursachten Rückgang des Konzernumsatzes konnte Gruner + Jahr im operativen Ergebnis durch konsequentes Kostenmanagement in allen Konzernbereichen in weiten Teilen kompensieren. Gruner + Jahr erzielte ein um Sondereffekte bereinigtes Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Operating EBIT) von 203 Mio. Euro nach 225 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum. Die Rendite lag damit trotz schwieriger Marktbedingungen in 2009 stabil bei 8,1 Prozent (Vorjahr 8,1 Prozent).

Die Vertriebs Erlöse blieben – insbesondere in Deutschland – trotz Konjunkturkrise vergleichsweise stabil und gingen um knapp 5 Prozent auf 811 Mio. Euro zurück. Insgesamt verminderten sich die Werbeerlöse im Geschäftsjahr 2009 um 19 Prozent auf 772 Mio. Euro. Die eingeleiteten Kostensenkungsmaßnahmen in Höhe von weit über 200 Mio. Euro konnten nahezu umsatzproportional realisiert werden. Die positiven Effekte der rasch wirksamen Maßnahmen werden im Halbjahresvergleich deutlich. So stieg das operative Ergebnis von 55 Mio. Euro im ersten Halbjahr 2009 auf 148 Mio. Euro im 2. Halbjahr an und lag damit in der 2. Jahreshälfte über dem Vergleichszeitraum 2008.

Aufgrund einmaliger Sondereffekte, wie außerplanmäßiger Abschreibungen und Restrukturierungsaufwendungen von in Summe 170 Mio. Euro, geriet das EBIT stark unter Druck und liegt bei 33 Mio. Euro (Vorjahr: 170 Mio. Euro). Nach Abzug von Steuern und Zinsen weist G+J einen Jahresfehlbetrag von -18 Mio. Euro aus (Vorjahr: Jahresüberschuss 88 Mio. Euro).

Gruner + Jahr ist weiterhin frei von Finanzschulden und mit einer komfortablen Cash-Position ausgestattet und somit finanziell kerngesund und in vollem Umfang investitionsbereit.

Die journalistische Qualität der G+J-Titel überzeugte national und international

2009 wurden 51 G+J-Titel und -Journalisten, Print wie Online, national und international ausgezeichnet. So wurde QUEST in den Niederlanden zum Magazin des Jahres gewählt, der polnische Online-Auftritt von NATIONAL GEOGRAPHIC erhielt den Grand Webstar, FOCUS und NATIONAL GEOGRAPHIC Polen wurden in Summe dreimal mit dem Grunery Award geehrt.

Der STERN und seine Line Extensions wurden 2009 in Summe 16-mal ausgezeichnet, davon sechsmal bei den Lead Awards.

Weitere Auszeichnungen erhielten unter anderem die Titel GEO, GEO KOMPAKT, GEO INTERNATIONAL, die FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND, die SÄCHSISCHE ZEITUNG, NATIONAL GEOGRAPHIC DEUTSCHLAND, BÖRSE ONLINE, NEON, FOCUS in Italien, CUISINE ACTUELLE in Frankreich, CLAUDIA und NAJ in Polen und viele weitere aus dem Hause Gruner + Jahr.

Der erfolgreiche Um- und Ausbau im vergangenen Jahr zeigt die Kraft des Unternehmens Gruner + Jahr

Dr. Bernd Buchholz, Vorstandsvorsitzender der Gruner + Jahr AG: „Gruner + Jahr hat bewiesen, dass sich Europas führendes Verlagshaus konsequent und vorausschauend auf eine schwere Wirtschaftskrise wie auch den medialen Wandel einstellen kann. Der Erfolg lässt sich bereits im 2. Halbjahr am verbesserten operativen Ergebnis ablesen. Wir haben unsere Hausaufgaben erfolgreich gemacht, ohne unseren journalistischen Qualitätsanspruch dabei zu gefährden. Wir blicken äußerst optimistisch in die Zukunft.“

Achim Twardy, Finanzvorstand Gruner + Jahr: „Im zweiten Halbjahr haben die Kostenmaßnahmen bereits sehr gut gegriffen, die strukturellen Veränderungen werden in Teilen erst in 2010 wirksam. Die zurückgehenden Umsatzerlöse konnten wir bereits in weiten Teilen kompensieren. Wir blicken optimistisch nach vorn. Wir erwarten eine Stabilisierung von Umsätzen und operativem Ergebnis und damit wieder einen angemessenen Gewinn im angelaufenen Geschäftsjahr.“

Für Rückfragen:

Claus-Peter Schrack
Leiter Unternehmenskommunikation
20444 Hamburg
Telefon +49 (0) 40 / 37 03 - 31 13
Telefax +49 (0) 40 / 37 03 - 56 17
E-Mail schrack.claus-peter@guj.de
Internet www.guj.de

Das Druck- und Verlagshaus Gruner + Jahr ist Europas führendes Magazinhaus. Rund 13.500 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), CAPITAL (D, F), GALA (D, F, PL), 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 59,9 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 2009 betrug der G+J-Umsatz € 2,51 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.
