

21.02.2006 - 10:58 Uhr

## **PWC-Studie "Media Insights": Die Medienbranche fusioniert und übernimmt unentwegt**

Zürich (ots) -

Die Fusionen und Übernahmen in der Medienbranche werden auch im laufenden Jahr weiter weltweit zunehmen. Dies berichtet die neueste Ausgabe der Studie "Media Insights" von PricewaterhouseCoopers. Im Jahr 2005 betrug die Zahl der Transaktionen 156. Dies bedeutet eine Zunahme von 61 Prozent gegenüber dem Jahr 2004 mit 97 Transaktionen. Die Gesamtsumme dieser Transaktionen nahm ebenfalls zu, nämlich um 52 Prozent auf Euro 24,7 Milliarden gegenüber Euro 16,3 Milliarden im Jahr 2004. Die Zahl der grossen Transaktionen blieb im vergangenen Jahr gegenüber dem Vorjahr jedoch fast unverändert. Im Jahr 2005 waren es zehn Transaktionen in einer Höhe von mindestens Euro 500 Millionen und deren acht im Jahr 2004.

In Kontinentaleuropa nahm die Zahl der Transaktionen im vergangenen Jahr markant zu und erreichte 89 Transaktionen (2004: 54 Transaktionen). Dementsprechend erhielt auch das Gesamtvolumen der Transaktionen einen Wachstumsschub und erreichte Euro 16,5 Milliarden (2004: Euro 8,0 Milliarden). Australien, und nicht etwa wie erwartet die USA führte die Rangliste der aussereuropäischen Käufernationen in Europa an. Die Capital Alliance Group (MCAG) übernahm Yellow Brick Road für Euro 1,8 Milliarden, das dänische Verzeichnisunternehmen TDC Forlag für Euro 650 Millionen und BBC Broadcast für Euro 250 Millionen. Im Jahr 2005 fanden nur 15 transatlantische Vorstösse US-amerikanischer Käufer in Europa statt, und nur fünf dieser Transaktionen beliefen sich auf mehr als Euro 100 Millionen.

Die Zahl der Transaktionen in Grossbritannien stieg im Verlauf des Jahres 2005 auf 67 Transaktionen (2004: 43 Transaktionen), doch das Gesamtvolumen dieser Transaktionen blieb mit Euro 8,2 Milliarden bescheiden. Die grösste Transaktion der Medienbranche, in der ein britisches Unternehmen akquiriert wurde, war im Jahr 2005 der Kauf des in Privathand befindlichen Seminar- und Veranstaltungsorganisations IIR Holdings Ltd durch das Medienunternehmen T&F Informa in einer Höhe von Euro 1,1 Milliarden.

Fröhliches Fusionieren im Fernseh- und Radiobereich

Der Fernseh- und Radiobereich verdrängte den Verlagsbereich als aktivstes Segment in Sachen Fusionen und Übernahmen innerhalb der europäischen Medienbranche. Die Transaktionen im Bereich der neuen Fernseh- und Radiomedien - digitales Fernsehen, Radio sowie 3G-Mobiltelefonie - reflektierten die fortschreitende Fragmentierung des traditionellen Radio- und TV-Publikums. Fernseh- und Radiounternehmen halten zunehmend nach Akquisitionen im Segment "alternative Medien" Ausschau, um die Versorgung ihrer Massenmärkte sicherzustellen und sich gegen rückläufige Werbeeinnahmen zu schützen. Ein Beispiel dafür ist die Übernahme von Friends Reunited durch ITV. Auch Private-Equity-Investoren sind in diesem Sektor aktiv, wie die Akquisition von SBS durch Permira in der Höhe von Euro 1,9 Milliarden zeigt.

Der Verlagsbereich, sowohl der traditionelle als auch B2B, sieht sich nach wie vor vom Onlinebereich bedroht. Um dieses Problem wenigstens teilweise zu bekämpfen, haben traditionelle Verleger Internet-Sites gekauft. Dies in der Absicht, sich die Einnahmen der wichtigsten Werbeformen (insbesondere der Kleinanzeigen) zu sichern. Beispiele hierfür sind der Kauf von primelocation.com durch Daily

Mail General Trust sowie die Akquisition von Propertyfinder.com durch die News Corporation. Philipp Hofstetter, Partner Wirtschaftsberatung bei PricewaterhouseCoopers Schweiz, kommentiert: "Wie wir zu Beginn des Jahres 2005 annahmen, wurde es ein erfolgreiches Jahr für Fusionen und Übernahmen in der Medienbranche. Das Wachstum war durchgehend stark. Private-Equity-Investoren fühlen sich zunehmend wohler im Fernseh- und Radioumfeld, und es sieht aus, als würde auch das Jahr 2006 in diesem Sinne verlaufen."

Onlinewerbung nimmt rapide zu

Die explosionsartige Zunahme der Ausgaben für Onlinewerbung ist gekoppelt mit einem exponentiellen Wachstum der Breitbandnutzung in Europa. Diese zwingt die Marketingdienstleistungsbranche, die sich entwickelnden Onlinekanäle so vorteilhaft wie möglich in den Dienst ihrer Kunden zu stellen. Die Zielsetzung sowie das Erfordernis, umfassende globale Dienstleistungen zu bieten, haben zu einer Serie von Nischenakquisitionen geführt. Aegis übernahm kürzlich Kirowski, Ungarns führende Agentur für digitale Kommunikation. Sie ist im Begriff, diese sowie weitere Akquisitionen unter einer Flagge zusammenzufügen, um ein weltweites Netzwerk digitaler Marketingdienstleistungen aufzubauen.

Prognosen für das Jahr 2006:

- Die starke Aktivität in der zweiten Jahreshälfte 2005 hat die Bühne für weitere Transaktionen im laufenden Jahr freigemacht. Marketingdienstleistungs-Agenturen werden in ihren Bemühungen um ein globales Digitalangebot weitere Akquisitionen im Bereich digitaler Pure-Play-Agenturen tätigen.
- Die Konsolidierung, die sich im Jahr 2005 auf dem Binnenmarkt abspielte, wird sich im Verlauf des Jahres 2006 europaweit ausdehnen.
- Wie bereits im Jahr 2004 führten Private Equity Unternehmen einige der grössten Transaktionen im Jahr 2005 durch. Dies wird auch im Jahr 2006 der Fall sein. Dies nicht nur im Verlagsbereich, sondern auch bei Radio und Fernsehen, bei den digitalen Medien und bei kreativen Geschäftsmodellen.
- Aufgrund des drei Jahre lang anhaltenden Marktwachstums, dessen Ende noch nicht abzusehen ist, prognostiziert PricewaterhouseCoopers für das Jahr 2006 einen Anstieg der Zahl der Transaktionen auf insgesamt etwa 170 und ein Gesamtvolumen von rund Euro 30 Milliarden.

Die Studie "Media Insights" kann bei Claudia Steiger als PDF bestellt werden.

PricewaterhouseCoopers ([www.pwc.ch](http://www.pwc.ch))

Mit dem vernetzten Know-how und der Erfahrung von über 130'000 Mitarbeitenden in 148 Ländern bietet PricewaterhouseCoopers ([www.pwc.ch](http://www.pwc.ch)) ein umfassendes Angebot von Prüfungs- und Beratungsdienstleistungen für internationale und lokal führende Unternehmen sowie für den öffentlichen Sektor. Die Spezialisierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Schweiz auf verschiedene Branchen und Märkte gestattet die spezifische Anpassung der Beratung und Unterstützung an jeden individuellen Kundenwunsch; gerade auch für mittelständische Unternehmen. Die Dienstleistungen umfassen Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Rechtsberatung und Wirtschaftsberatung.

Kontakt:

Dr. Philipp Hofstetter  
Partner Wirtschaftsberatung  
E-Mail: [philipp.hofstetter@ch.pwc.com](mailto:philipp.hofstetter@ch.pwc.com)

Claudia Steiger  
Public Relations  
E-Mail: [claudia.steiger@ch.pwc.com](mailto:claudia.steiger@ch.pwc.com)