

dd.vg...



IMPRESSUM

Herausgeber: Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH

Stresemannstraße 30, 10963 Berlin **Postanschrift:** Deichstraße 47, 20459 Hamburg

Projektleitung: ASK.Berlin **Redaktion:** Gero Fischer ASK.Berlin, Cosima Schmitt

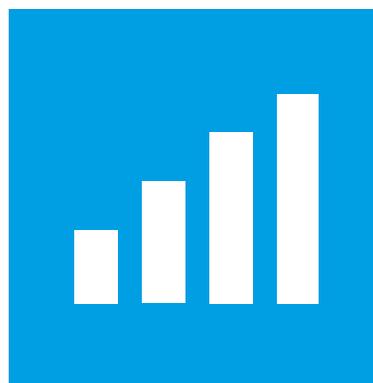
Layout: Janine Wagner ASK.Berlin **Erscheinungsdatum:** März 2021

Bildnachweise: Seite 12 Unsplash (AbsolutVision), Seite 13 freepik (rawpixel.com),

Seite 14 Unsplash (Austin Distel), Seite 15 Unsplash (Daria Shevtsova), Seite 17 freepik (pressfoto), Madsack GmbH & Co. KG

GESCHÄFTSBERICHT 2019

DAS JAHR IM ÜBERBLICK



Zahlen zum
Jahresabschluss 2019

SEITE 12-15

Wir investieren
in Digitalisierung.



Beteiligungsgesellschaften
nach Sparten

SEITE 16

Editorial	6
Übersicht Beteiligungen	9
Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen	10
Zahlen zum Jahresabschluss 2019	
Bilanzposten und -Kennziffern / Erläuterungen zu Aktiva	12
Erläuterungen zu Passiva und zur Erfolgsrechnung	14
Beteiligungsgesellschaften nach Sparten	16
Unternehmensverfassung	19

EDITORIAL

20 Jahre lang war es Tradition, den Geschäftsbericht der ddvg jeweils einem aktuellen kultur- oder medienpolitischen Thema zu widmen. In diesem Jahr gehen wir, nicht nur was dies anbetrifft, (auch notgedrungen) neue Wege und beschränken uns auf eine rein sachliche Berichterstattung zu den Zahlen 2019. Vielmehr geht es angesichts der tiefgreifenden Veränderungen um einen Blick auf die aktuelle Situation und die daraus folgenden Herausforderungen.

Die Corona-Pandemie hat das Jahr 2020 geprägt und wird dies auch noch 2021 tun. Sie hatte auch die ddvg voll im Griff:

Die sich bereits Anfang des Jahres abzeichnende Krise hat schnell konsequentes Handeln gefordert, um diese Krise nicht nur abzuwehren, sondern auch für die Zukunft den Kurs (und das heißt insbesondere das Beteiligungsportfolio) neu zu justieren. Dies war eine Aufgabe, die das Team der ddvg noch dazu fast durchgehend aus dem Home-Office zu bewältigen hatte.

Ungleich fordernder war die Situation allerdings für die Unternehmensbeteiligungen der ddvg, insbesondere die Regionalverlage. Die Produktion und Zustellung zu gewährleisten, über Nacht weite Teile von Redaktion und Verlag auf Arbeit von zu Hause umzustellen und zugleich einem nie gekannten Einbruch des Werbemarkts entgegenzutreten, bedeutete einen beeindruckenden Kraftakt.

Aber die Krise hat nicht nur akutes Krisenmanagement gefordert: Die Corona-Pandemie hat vielmehr tiefgreifende Veränderungen in der Gesellschaft in hohem Maße beschleunigt, die großteils bereits zuvor angelegt waren, nun aber noch dringender Antworten benötigen:

- Dass Verschwörungserzählungen viele Menschen in den Bann ziehen und alternative Wahrheiten zur Gefahr für die Demokratie werden, wussten wir bereits zuvor – neu ist die unverstellte Militanz dieser Mischung aus Rechts-extremist*innen und Esoteriker*innen;

- Dass die Digitalisierung unserer Lebensabläufe stetig zunimmt, ist seit langem Allgemeingut – mit der Schließung weiterer Bereiche des stationären Einzelhandels aber boomte der Online-Handel und die Verödung zahlreicher Innenstädte ist damit (zumindest zeitweise) bereits jetzt Realität geworden.

Beide vorgenannten Beispiele sind auch eine Herausforderung für das Kernportfolio der ddvg, die Regionalen Medienhäuser.

Zum einen fordern die Angriffe auf Demokratie und Vernunft nicht nur einen sehr engagierten, sondern vor allem auch einen qualitativ hochwertigen Journalismus. Es ist nicht überraschend, dass die neuen und alten Feinde der Demokratie, die unter dem Eindruck der Pandemie zu neuen Koalitionen gefunden haben, die Qualitätsmedien und deren unabhängige und seriöse Berichterstattung massiv attackieren.

Erfreulicherweise erleben aber die journalistischen Angebote der Regionalverlage seit März 2020, dass ihre Websites so viel besucht wurden wie noch nie. Seriöser Journalismus zeigt mit verlässlichen Informationen seine Stärke und seine Unverzichtbarkeit für das demokratische Gemeinwesen – hierauf ein in Zukunft tragfähiges (digitales) Geschäftsmodell zu errichten, bleibt die entscheidende Aufgabe für alle Regionalverlage.

Der Zuwachs an Reichweite und digitalen Abonnements kann helfen, die Informationsbedürfnisse der (potenziellen) Abonnent*innen besser zu verstehen und die journalistischen Angebote entsprechend zu gestalten. Es gilt jetzt, den unerwarteten Digitalisierungsschub zu nutzen.

Andererseits führt die durch die Pandemie verschärfte Krise des lokalen Einzelhandels zu einem sofort spürbaren Einbruch an Werbeeinnahmen; und nicht nur die Schließungen von Geschäften, sondern auch die Beschränkungen der Gastronomie und das Ausfallen nahezu sämtlicher Events haben sich gravierend auf die Umsatzsituation der Verlage ausgewirkt.

Aber nicht nur diese aktuellen Effekte müssen Sorgen machen, sondern es geht auch um langfristige Wirkungen für die Kommunikation auf lokaler Ebene. Weil lebendige Innenstädte für das Miteinander in den Kommunen von herausragender Bedeutung sind, müssen die Regionalverlage einerseits gemeinsam mit anderen lokalen Stakeholdern nach Möglichkeiten suchen, diesen öffentlichen Raum als Kommunikationsort zu erhalten und gleichzeitig aktiv neue Angebote für den lokalen und regionalen Austausch entwickeln – analog und digital.

Die Aufgaben sind gewiss nicht klein. Aber die Geschwindigkeit und die Entschlossenheit, mit der es die Regionalverlage geschafft haben, quasi über Nacht und unter Home-Office-Bedingungen punktgenaue Informationen für die Leser*innen digital und in Print zur Verfügung zu stellen, zeigen, wie viel Kraft und Kreativität auf die Straße gebracht werden kann, wenn es drauf ankommt. Das macht Mut für die Zukunft.

**SERIÖSER JOURNALISMUS
ZEIGT MIT VERLÄSSLICHEN
INFORMATIONEN SEINE
STÄRKE UND SEINE
UNVERZICHTBARKEIT FÜR
DAS DEMOKRATISCHE
GEMEINWESEN.**

ÜBERSICHT BETEILIGUNGEN

PRESSE / VERLAG / HÖRFUNK

Die ddvg war 2019 an folgenden Verlagshäusern beteiligt (jeweils mit Nennung der wichtigsten Medienprodukte):

- Oliva Druck- und Verlagsgesellschaft mbH mit 100%: ist mit 32,5 % an der Cuxhaven-Niederelbe Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG beteiligt („Cuxhavener Nachrichten“, „Niederelbe Zeitung“)
- Presse-Druck GmbH mit 100%: ist mit 100 % an der Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co. KG in Bielefeld beteiligt („Neue Westfälische“)
- DDV Mediengruppe GmbH & Co. KG mit 40% („Sächsische Zeitung“, „Morgenpost Sachsen“)
- Frankenpost Verlag GmbH in Hof mit 35 % („Frankenpost“): ist mit 65 % an der Nordbayerischer Kurier Zeitungsverlag GmbH in Bayreuth beteiligt („Nordbayerischer Kurier“)
- Suhler Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG mit 30% („Freies Wort“, „Südhüringer Zeitung“)
- Druck- und Verlagsanstalt „Neue Presse“ GmbH mit 30% („Neue Presse Coburg“)
- Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co. KG mit 23,1% (u. a. „Hannoversche Allgemeine“, „Neue Presse Hannover“, „Leipziger Volkszeitung“, „Dresdner Neueste Nachrichten“, „Kieler Nachrichten“, „Lübecker Nachrichten“, „Ostsee-Zeitung“, „Göttinger Tageblatt“, „Märkische Allgemeine“)
- Berliner vorwärts Verlagsgesellschaft mbH mit 100% („vorwärts“, „Demokratische Gemeinde“)
- DDVG China GmbH mit 70% (ohne Geschäftsbetrieb)
- dd_vg. Rundfunkbeteiligungsgesellschaft mbH mit 100%: ist mit 9% an der Rheinland-Pfälzischen Rundfunk GmbH & Co. KG beteiligt (RPR1)

DIGITAL BUSINESS

- GLG Green Lifestyle GmbH mit 100%: ist mit 100% an der Utopia GmbH, mit 100% an der Avocado Store GmbH sowie mit 67,99% an der ÖKO-TEST AG („ÖKO-TEST Magazin“) beteiligt
- K-u-K-Applikationen GmbH mit 100% (ohne Geschäftsbetrieb)

- 2 Welten Investment GmbH mit 89,73%: ist mit 50,1% an der Lokalportal GmbH, mit 47,8% an der Locafox GmbH, mit 20,16% an der Stuffle GmbH i.L., sowie mit 9,9% an der Next media accelerator Beteiligungsges. mbH & Co. KG beteiligt
- TIVOLA Publishing GmbH mit rund 51%: ist mit 100% an der Tivola Games GmbH beteiligt
- tredition GmbH mit 10%

DRUCKEREIEN

- Dräger + Wullenwever print + media Lübeck GmbH & Co. KG mit 70%
- braunschweig-druck GmbH mit 100% (ohne Geschäftsbetrieb)
- Wullenwever print + media Lübeck GmbH mit 100% (ohne Geschäftsbetrieb)

HANDEL / SERVICE

- IMAGE Ident Marketinggesellschaft mbH mit 100%
- vorwärts: buchhandlung + antiquariat GmbH mit 100%
- Office Consult GmbH mit 100%
- Hamburger Pressepapier-Vertriebsgesellschaft mbH mit 100% (ohne Geschäftsbetrieb)

TOURISMUS

- SPD-ReiseService mit 100%
- Bontravo GmbH mit 70%

GESAMTWIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Nach nahezu einer Dekade steten Wachstums hat sich die gesamtwirtschaftliche Dynamik im Jahr 2019 abgeschwächt. Mit 0,6 % fiel das Wachstum des realen Bruttoinlandsprodukts in Deutschland spürbar geringer aus als im Vorjahr (2018: +1,5 %). Die gute Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt setzte sich gleichwohl fort: Wie schon in den Vorjahren hat sich die Anzahl der erwerbs- und arbeitslos gemeldeten Personen im Jahr 2019 weiter verringert. Die Anzahl der Arbeitslosen bzw. die Arbeitslosenquote betrug durchschnittlich 2,27 Mio. bzw. 5,0 % (Vorjahr: 2,34 Mio. bzw. 5,2 %). Die Anzahl der Erwerbslosen bzw. die Erwerbslosenquote betrug durchschnittlich 1,38 Mio. bzw. 3,2 % (Vorjahr 1,47 Mio. bzw. 3,4 %). Somit erreichte die Zahl der sozialversicherungspflichtigen Erwerbstätigen mit 45,3 Mio. (+399 Tsd. zum Vorjahr) einen neuen Höchstwert.¹

Während Industrie und Außenwirtschaft in 2019 in eine Schwächephase gerieten, erwies sich die Binnennachfrage mit einem Anstieg der privaten und staatlichen Konsumausgaben zum Vorjahr um +2,9 % bzw. +5,0 % als widerstandsfähig und stabilisierend.² Die erhöhten Ausgaben des privaten Verbrauchs wurden durch die um 2,6 % gestiegenen Nominallöhne gestützt. Ein Anstieg des Verbraucherpreisindex um moderate 1,4 % (Vorjahr: 1,8 %) trug zu einem unterstützenden Umfeld für die Konsumenten bei.³

Im vierten Quartal des Jahres 2019 zeigte sich die deutsche Wirtschaft allerdings bereits auch insgesamt in einer Seitwärtsbewegung und damit in einer Schwächephase.⁴ Der Ausbruch der Corona-Pandemie belastete bereits Anfang 2020 insbesondere die Auftragslage der Industrie und wirkte konjunkturbelastend.⁵ Mit Aufflammen der Pandemie in Deutschland und den hierauf getroffenen Maßnahmen von Mitte März 2020 ist ein erheblicher Schaden für die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland eingetreten. Trotz schrittweiser Rücknahme der ergriffenen Maßnahmen zur Eindämmung des sich ausbreitenden Virus sowie der politisch eingeleiteten Handlungen zur Stützung der Wirtschaft sind der weitere Verlauf der Pandemie und deren wirtschaftliche Folgen kaum valide absehbar. In Deutschland sind bereits die wirtschaftlichen Verwerfungen sowohl bei Kleinunternehmen als auch Groß-

konzernen sichtbar; Modellrechnungen prognostizieren insgesamt massive Einbußen auf gesamtwirtschaftlicher Ebene.⁶

Für das Jahr 2020 wird derzeit nach einem starken Einbruch der Konjunktur im ersten Halbjahr aufgrund der wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Pandemie damit gerechnet, dass die Wirtschaftsleistung bei Beibehaltung der Lockerungen sich ab dem dritten Quartal wieder erholen und steigen wird. Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) geht in seinen im Sommer veröffentlichten Prognosen von einem Einbruch des Bruttoinlandsprodukts in Höhe von -9,4 % für das Gesamtjahr 2020 aus.⁷ Finanzpolitische Anreize und Maßnahmenpakete (Kurzarbeit, Liquiditätshilfen, Steuerstundungen etc.) sollen die Konjunktur stützen, um die Entwicklung zu stabilisieren. Trotz der drohenden Rezession wird in dieser Prognose weiterhin von einer hohen Beschäftigung und einer nahezu konstanten Entwicklung der Inflationsrate (Prognose für 2020 +0,9 % zum Vorjahr) ausgegangen. Das aktuelle Niedrigzinsumfeld der Europäischen Zentralbank (EZB) schafft günstige Rahmenbedingungen für eine Stützung und schrittweise Erholung der Wirtschaft.⁸

BRANCHENBEZOGENE RAHMENBEDINGUNGEN

Für das Beteiligungsportfolio der ddvg bleibt die Entwicklung der Werbe- und Vertriebsumsätze der Printmedien und insbesondere der regionalen Tageszeitungen von wesentlicher Bedeutung.

Im Einklang mit der stabilen binnenwirtschaftlichen Nachfragesituation in 2019 wurden die Ausgaben für Werbung noch einmal gesteigert. Allerdings zeigt sich innerhalb der verschiedenen Werbeformen wie in den Vorjahren ein differenziertes Entwicklungsbild: Während weitere Formen der kommerziellen Kommunikation, wie etwa das digitale Suchwort-Marketing, ein positives Wachstum verzeichnen, sanken die Ausgaben für die sogenannten klassischen Werbeträger mehrheitlich. Dies verdeutlicht einmal mehr die Verlagerung der Werbeumsätze hin zu digitalen Inhalten und Formaten. Insbesondere bei der Umsatzentwicklung der Printmedien zeigt sich der Medienwandel durch die digitale Transformation deutlich. Sowohl Tageszeitun-

gen als auch Anzeigenblätter zeigen gemäß dem Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft deutliche Verluste über –6,5 % und –9,4 % zum Vorjahr.⁹

Die Auflagenentwicklung lag im Trend der Vorjahre. Die verkaufte Auflage sowohl regionaler als auch lokaler Tageszeitungen entwickelte sich im vierten Quartal 2019 mit –4,3 % rückläufig gegenüber dem Vorjahresquartal. Weiterhin positiv entwickeln sich die E-Paper-Abonnements der regionalen und lokalen Zeitungen. In absoluten Größen bewegt sich das digitale Vertriebssegment jedoch noch immer auf einem niedrigen Niveau.¹⁰

In Vorausschau auf das Geschäftsjahr 2020 ist ein bedeutender Vorgang der Ausbruch der Corona-Pandemie. Wie bereits erwähnt, wird er massive Auswirkungen auf die Wirtschaft in Deutschland haben; diese werden sich auch auf die Geschäfte der ddivg bzw. ihrer Beteiligungen auswirken.

ERGEBNISSITUATION DER DDIVG

Die ddivg weist für das Geschäftsjahr 2019 ein Ergebnis in Höhe von 1,1 Mio. Euro (Vorjahr: 3,1 Mio. Euro) aus.

Das Geschäft der ddivg blieb im Jahr 2019 durch die anhaltende Strukturkrise der Regionalmedien geprägt: Regionale Medienhäuser, die als Unternehmen das Kernportfolio der ddivg bilden, sind mit zwei Herausforderungen konfrontiert: Zum einen sind für eine erfolgreiche digitale Transformation verstärkt Investitionen in Personal und Technik für digitale Geschäftsmodelle und Prozesse unerlässlich. Damit einher müssen jedoch auch Rückstellungen für Restrukturierungsmaßnahmen gebildet werden. Zum anderen kämpfen die Unternehmen mit weiterhin rückläufigen Anzeigenumsätzen im Printbereich, die durch die Zuwächse bei Anzeigen im Digitalbereich nicht kompensiert werden können aufgrund verringerter Budgets der Anzeigenkunden. Gestiegene Vertriebsaufwendungen in Folge der Umsetzung weiterer Stufenerhöhungen beim Mindestlohn trotz rückläufiger Abozahlen (und damit sinkender Vertriebsumsätze) drücken zusätzlich auf die Ergebnisse. Diese Entwicklungen führen weiterhin zu einer Absenkung des Ausschüttungspotenzials.

Die ddivg antwortet auf diese Entwicklung zum einen mit der Unterstützung des Investitionskurses ihrer Beteiligungen – unter bewusster Inkaufnahme zeitweilig geringeren Ausschüttungspotenzials. Hierdurch ergab sich ein deutlicher Rückgang der Beteiligungserträge. Diese Tatsache führt zu einer zum Vorjahr verringerten Eigenkapitalrendite nach Steuern in Höhe von 1,9 % (Vorjahr 5,4 %).

Zugleich hatte die ddivg in 2019 noch in erheblichem Umfang Investitionen in die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle mit lokalem Fokus getätigt. Diese direkten Engagements wurden in 2020 weitestgehend eingestellt, was bereits für 2019 entsprechend wertberichtigend zu berücksichtigen war. Anders als in 2018 wurde der damit verbundenen Ergebnisbelastung nicht durch eine (durchaus mögliche) Ausschüttung bislang thesaurierter Gewinne einer Tochtergesellschaft gegengesteuert.

Mit Blick auf die Finanzlage war das Geschäftsjahr durch geringere Sondereffekte als das Vorjahr gekennzeichnet. Daher kam es zu einer Verringerung des positiven Cashflows aus Investitionstätigkeit zum Vorjahr. Er fiel mit 4,5 Mio. Euro um –12,4 Mio. Euro geringer als im Vorjahr (16,9 Mio. Euro) aus. Der Anlagedeckungsgrad stieg von 77,5 % auf 79,5 %.

DAS JAHR 2019 WAR ZUDEM DURCH DIE FOLGENDEN STRUKTURELLEN VERÄNDERUNGEN IM PORTFOLIO DER DDIVG GEPRÄGT:

- Die über die Oliva Druck- und Verlagsgesellschaft mbH gehaltene Immobilie in Cuxhaven (Hauptmieter ist die Cuxhaven-Niederelbe Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG) wurde verkauft.
- Über das Investmentvehikel der 2 Welten Investment GmbH wurden die Anteile an der Locafox GmbH in Berlin von 30,4 % aufgestockt auf insgesamt 47,8 %. Locafox hat ein All-in-One Kassensystem entwickelt, das gezielt an den Einzelhandel vermarktet wird (zwischenzeitig wurden Anteile an die Locafox-GmbH verkauft).
- Über die Zwischenholding Presse-Druck GmbH wurden die Anteile an der Rundschau-Haus Verwaltungsgesellschaft mbH über 13,1 % an die Funke Medien Gruppe vollständig verkauft.
- Schließlich hat sich die ddivg mit 70 % an der Bontravo GmbH beteiligt; dieses Unternehmen führt die bereits im vorangegangenen Geschäftsjahr begonnene Entwicklung von digitaler Reisevermittlung fort.

¹ Vgl. https://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.743517.de/20-12-3.pdf, S. 210

² Vgl. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/01/PD20_018_811.html

³ Vgl. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/03/PD20_110_623.html

⁴ Vgl. <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Pressemitteilungen/Wirtschaftliche-Lage/2020/2020214-wirtschaftliche-lage-in-deutschland-im-februar-2020.html>

⁵ Vgl. https://www.kfiv.de/Kfiv-Konzern/Newsroom/Aktuelles/Pressemitteilungen-Details_569344.html

⁶ Vgl. https://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.743517.de/20-12-3.pdf, S. 206

⁷ Vgl. https://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.791545.de/20-24-3.pdf, S. 420ff.

⁸ Vgl. https://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.791545.de/20-24-3.pdf, S. 422ff.

⁹ Vgl. <https://zaw.de/wert-der-werbung/wettbewerb-brucht-werbung/>

¹⁰ Vgl. <https://www.ivw.eu/print/quartersauflagen/pressemitteilungen/auflagenzahlen-des-4-quotals-2019>

BILANZPOSTEN UND -KENNZIFFERN

Umfangreiche Investitionen in die Digitalisierung bei den Beteiligungsgesellschaften der ddvg haben zu einem deutlichen Rückgang der Beteiligungserträge geführt, dem anders als im Vorjahr nicht durch Ausschüttungen zuvor thesaurierter Gewinne gegengesteuert wurde.

	2019	2018
Jahresüberschuss / -fehlbetrag (in Mio. Euro)	1,1	3,1
Betriebsergebnis / EBITDA (in Mio. Euro)	6,0	15,4
Eigenkapital (in Mio.)	58,2	57,1
Eigenkapitalquote	57,4 %	56,0 %
Bilanzsumme (in Mio. Euro)	101,4	102,0
Anlagendeckungsgrad*	79,5 %	77,5 %
Eigenkapitalrendite nach Steuern	1,9 %	5,4 %
Gesamtkapitalrendite nach Steuern	1,1 %	3,0 %
Cashflow aus Investitionstätigkeit (in Mio. Euro)**	4,5	13,6
Verbindlichkeiten ggü. Kreditinstituten (in Mio. Euro)	10,0	7,5

* langfristiges Kapital / langfristig gebundenes Vermögen

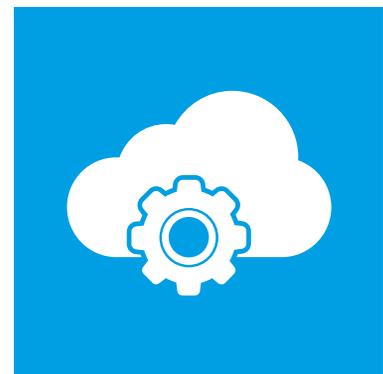
** gemäß DRS 21



Wir investieren
in Digitalisierung.

ERLÄUTERUNGEN ZU AKTIVA

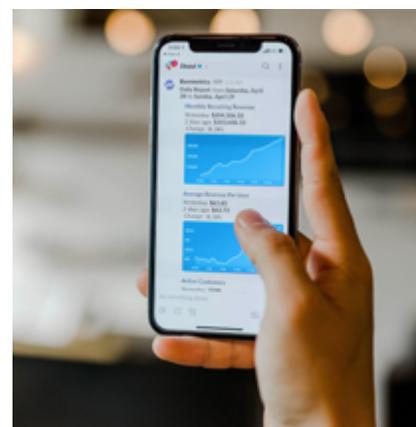
Aktiva (in Mio. Euro)	2019	2018	
Anlagevermögen	80,9	82,5	
Im Wesentlichen: Sachanlagen / Imm. VG	0,7	0,8	
Anteile an Verbundenen Unternehmen	20,7	20,7	
Beteiligungen	44,7	44,7	
Ausleihungen	14,8	16,3	Außerplanmäßige vollständige Tilgung eines Darlehens, das einer Schwestergesellschaft gewährt wurde
Umlaufvermögen	20,5	19,5	
Im Wesentlichen: Forderungen gegenüber Verbundenen Unternehmen	13,2	12,2	
Forderungen gegenüber Beteiligungsunternehmen	0,4	0,4	
Bankguthaben	0,9	3,3	Im Vorjahr wurde eine Darlehenstilgung kurz vor dem Stichtag geleistet.
Sonstige Vermögensgegenstände	6,0	3,6	Forderungen gegenüber dem Finanzamt aus Körperschaftssteuerguthaben
Bilanzsumme	101,4	102,0	



ERLÄUTERUNGEN ZU PASSIVA UND ZUR ERFOLGSRECHNUNG

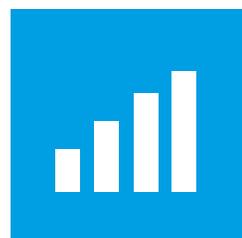
Passiva (in Mio. Euro)	2019	2018	
Eigenkapital	58,2	57,1	
Stammkapital	36,0	36,0	
Gewinnvortrag	21,1	18,0	Der Gewinnvortrag ist gestiegen, da der Gewinn des Jahres 2018 vollständig thesauriert wurde.
Jahresüberschuss / -fehlbetrag	1,1	3,1	
Rückstellungen	5,3	5,7	
für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	4,8	5,0	
Steuerrückstellungen	0,2	0,1	Erhöhung aufgrund von Grundlagenbescheiden für Altjahre
Sonstige Rückstellungen	0,3	0,6	Im Vorjahr: Rückstellungen für ausstehende Rechnungen
Verbindlichkeiten	37,9	39,2	
gegenüber Kreditinstituten	10,0	7,5	
gegenüber Verbundenen Unternehmen	12,9	14,4	Rückzahlung von bei der ddvg angelegten Geldern sowie stichtagsbedingte Cash-Pool-Entwicklung
gegenüber Beteiligungsunternehmen	8,4	9,3	Rückgang durch die Verrechnung von Gewinnansprüchen
Sonstige Verbindlichkeiten	6,5	7,4	Verringerung durch planmäßige Tilgung langfristiger Verbindlichkeiten
Bilanzsumme	101,4	102,0	

Verbindlichkeiten
konnten reduziert
werden.



ERLÄUTERUNGEN ZU PASSIVA UND ZUR ERFOLGSRECHNUNG

Erfolgsübersicht (in Mio. Euro)	2019	2018	
Umsätze / Betriebliche Erträge	0,6	1,3	Geringere Auflösung von Rückstellungen
Beteiligungsergebnis	9,4	18,6	
Personalaufwendungen	-1,7	-1,7	
Beraterhonorare	-1,2	-1,7	Die Betreuung von verschiedenen Projekten führte zu geringeren Beratungskosten.
Sonstige Aufwendungen	-1,1	-1,1	Die Sonstigen Aufwendungen beinhalteten neben den klassischen Betriebskosten auch Spenden und Repräsentationskosten.
Betriebsergebnis / EBITDA	6,0	15,4	
Abschreibungen	-0,1	-0,1	
Finanzergebnis	-3,4	-11,7	Das Finanzergebnis verbesserte sich deutlich, da weniger Wertberichtigungsbedarf bestand.
Steuern	-1,4	-0,6	
Jahresüberschuss	1,1	3,1	



Die Branche der Tageszeitungsverlage steht unverändert vor der Herausforderung, eine nachhaltige Refinanzierungsquelle für Qualitätsjournalismus im Internet zu finden. Dabei werden unterschiedliche Ansätze verfolgt, die zwar ein deutliches Wachstumspotenzial aufzeigen – allerdings ist die absolute Größenordnung noch nicht ausreichend.

ZU DEN EINZELNEN BETEILIGUNGEN DER DDVG:

Die **DDV Mediengruppe GmbH & Co. KG** („Sächsische Zeitung“, „Morgenpost Sachsen“) erzielte 2019 erneut deutlich positive Ergebnisse, obwohl die Kostenentwicklung (u. a. Papierpreise, gesetzlicher Mindestlohn) und sinkende Auflagen die Ergebnisse bei den klassischen Printtiteln im Vorjahresvergleich unverändert und nachhaltig belasteten. Das im Herbst 2018 gelaunchte und inhouse entwickelte Nachrichtenportal Sächsische.de der „Sächsischen Zeitung“ konnte mit seinem Paid-Content-Modell die Reichweite in 2019 weiter steigern. Das bereits 2014 gegründete und rein werbefinanzierte Newsportal TAG24.de kehrte nach Jahren des nationalen Roll-Outs infolge einer Konsolidierungsphase sowie einer erfolgreichen Vermarktungsstrategie 2019 in die Gewinnzone zurück. Insgesamt stieg der Onlineumsatz der Unternehmensgruppe damit im Vorjahresvergleich wiederum deutlich an (+25 %). Mit der Weiterentwicklung der genannten Nachrichtenportale in Verbindung mit Digitalisierungsprozessen in allen Unternehmensbereichen soll mittelfristig die digitale Transformation des tradierten Printgeschäftes gelingen.

Die DDV Mediengruppe baute ihre im Rahmen der langjährigen Diversifizierungsstrategie gestarteten Geschäftsaktivitäten weiter aus und zählte 2019 erstmalig einen regionalen Anbieter von Out-of-Home-Werbung zu ihrem Portfolio. Mit der Schaffung der zentralen Vermarktungseinheit DDV Media reagiert die Unternehmensgruppe auf veränderte Werbestrategien der Kunden und erweitert das Vermarktungsportfolio sukzessive, beispielsweise seit 2019 um die Vermarktung des lokalen Zeitungstitels „Dresdner Neueste Nachrichten“. Nennenswerte Umsatz- und Ergebniszuwächse verzeichneten die Tochtergesellschaften, insbesondere das Messe- und Agenturgeschäft, der Bereich der Reiseveranstaltung, Post Modern sowie das Mandantengeschäft innerhalb der Sparte Verlagsdienstleistungen für Dritte (Callcenter, Vermarktung, Druckdienstleistungen). Umsatz- und ergebnisseitig konnte sich die Firmengruppe damit wiederum teilweise von der Branchenentwicklung positiv abkoppeln.

— Die **Verlagsgesellschaft Madsack GmbH und Co. KG** hat als Mediengruppe in 2019 ihren Fokus auf die Transformation des journalistischen Kerngeschäftes ge-

legt. Das RedaktionsNetzwerk Deutschland (RND), das mehr als 60 regionale Tageszeitungen mit überregionalen Inhalten versorgt, ist zur Drehscheibe für alle digitalen journalistischen Inhalte der Mediengruppe entwickelt worden. Dafür wurde einer der modernsten Newsrooms Europas konzeptioniert und gebaut – auf 2.600 Quadratmetern arbeiten in Hannover Journalisten, Digital- und Marketingexperten interdisziplinär zusammen. Mit rnd.de brachte MADSACK 2019 als erste regionale Mediengruppe ein nationales Nachrichtenportal für Qualitätsjournalismus auf den Markt. Zudem wurde im vergangenen Jahr das digitale Abomodell „Plus“ für die regionalen Tageszeitungsmarken eingeführt. Die wachsende Anzahl der Digitalabonnenten sowie steigende Reichweiten der Portale zeigen, dass die zentralen Bausteine der Digitalstrategie wirkungsvoll sind. Die MADSACK Mediengruppe konnte im vergangenen Jahr einen Rekordumsatz von 716,7 Mio. € erzielen.

— Der **Zeitungsverlag Neue Westfälische GmbH & Co. KG** befand sich 2019 in einem umfassenden Prozess der digitalen Transformation, der alle wesentlichen Verlagsbereiche und Beteiligungen berührte. Mit der Optimierung der digitalen Angebote konnte eine erhebliche Steigerung der Reichweite erzielt werden. Die Einführung eines neuen, ausschließlich digitalen Abomodells eröffnet das Potenzial zur Monetarisierung der deutlich erhöhten Zugriffszahlen. Die Kooperation mit den regionalen Partnerverlagen wurde durch die Gründung der Redaktionsgemeinschaft der ostwestfälisch-lippischen Verlage weiter vertieft. Die Redaktionsgemeinschaft sichert dabei ein hohes journalistisches Qualitätsniveau und stärkt den Fokus auf die Produktion von Inhalten mit regionaler Relevanz. Die Ergebnissituation der Gruppe konnte durch Fortschritte in der Digitalisierung von Verlagsprozessen und weitere Kostensenkungsmaßnahmen stabilisiert werden.

— Die **Verlagsgruppe Hof/Coburg/Suhl/Bayreuth** hat 2019 weiter an der zentralen Steuerung wesentlicher Kernbereiche gearbeitet. Insbesondere im Bereich Vermarktung wurden sämtliche Aktivitäten unter einem Dach gebündelt, was nicht nur erhebliche Synergiepotenziale eröffnet, sondern Schlagkraft und Qualität der Vermarktungsorganisation deutlich verbessert hat. Ebenso konnten in der Zustellung durch eine optimierte, zentrale Steuerung auf der Kostenseite Erfolge erzielt werden.

Nach wie vor ausbaufähig ist die digitale Entwicklung der Kernprodukte. Einige kleinere, lokale Engagements erweisen sich allerdings schon als sehr vielversprechend. Die Mehrheitsgesellschafterin hat gegen Ende des Jahres hohe Investitionen in die Digitalisierung und eine verstärkte Paid-Content-Strategie verkündet. Von einem ambitionierten und zielgerichteten Kurs der Digitalisierung des Kerngeschäfts der Mehrheitsgesellschafterin wird die Verlagsgruppe HCSB in naher Zukunft mit hoher Wahrscheinlichkeit erheblich profitieren.

— Für die **Cuxhaven-Niederelbe Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG** war das Geschäftsjahr 2019 geprägt von einer umfassenden Restrukturierung sämtlicher Verlagsbereiche. Insbesondere im Bereich Vertrieb hat sich dabei noch deutliches Optimierungspotenzial eröffnet. Gemeinsam mit einem nahezu vollständig neuen, deutlich verjüngten Führungsteam ist die Gesellschaft gut aufgestellt, weiter in der digitalen Transformation voranzukommen. Neben der Weiterentwicklung der digitalen Angebote im Kerngeschäft arbeitet die Gesellschaft konsequent daran, die eigene Verankerung in der Region durch entsprechende Vernetzungen mit anderen Schlüsselpartnern vor Ort zu stärken.

NEUE MEDIEN

Digitalunternehmen

Die Beteiligungen aus dem Bereich „nachhaltiger Konsum“ wachsen im Umsatz und im Ergebnis. So schließen die Avocado Store GmbH, Deutschlands größter Marktplatz für nachhaltige Produkte, und Utopia GmbH, Deutschlands führende Webseite für Kaufberatung rund um den nachhaltigen Lebensstil, das Berichtsjahr jeweils mit einem positiven operativen Ergebnis ab.



Der Onlinemarktplatz Avocadostore

HANDEL UND SERVICE

Handelsbereich / Service

Im Handelsbereich konnte der Werbemittelhandel aufgrund der Europawahl sowie einer Vielzahl von Kommunalwahlen im Umsatz deutliche Zuwächse verzeichnen und ein ausgeglichenes Ergebnis erzielen. Der Bereich Service umfasst Buchhaltungs- sowie IT-Dienstleistungen für den Unternehmensbereich sowie die SPD und lieferte einen gewohnt stabilen Ergebnisbeitrag.

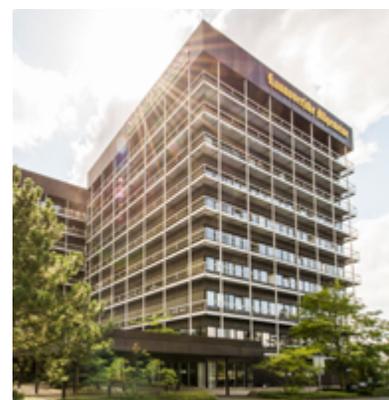


Gute Buchhaltung ist das A und O

TOURISMUS

Die mittlerweile gewohnt hohen Ergebnisbeiträge aus dem Tourismus in den Vorjahren blieben im Geschäftsjahr aus. Wie bereits im vergangenen Jahr angedeutet, schlugen die Branchenprobleme auf der Veranstalterseite auch auf den Verkauf in den Beteiligungsunternehmen durch. Zudem konnten zwei Eigenveranstaltungen nicht so gut verkauft werden wie geplant. Insgesamt ist das Unternehmen mit einem blauen Auge davongekommen und schaffte noch ein ausgeglichenes Ergebnis.

Das Verlagsgebäude des MADSACK Medien Campus



UNTERNEHMENS- VERFASSUNG

Als Generaltreuhänder des Vorstandes der SPD ist deren Schatzmeister mit der Verwaltung des Vermögens beauftragt. In dieser Funktion ist er Gesellschafter der ddvg. Er wird in seiner Arbeit von einem Treuhand-Aufsichtsrat begleitet.

Die Geschäftsführung der ddvg arbeitet im Rahmen der Unternehmensverfassung in eigener Verantwortung.

Die Gewinnausschüttungen unterliegen den steuerlichen Vorschriften; Kapitalertragsteuer und Solidaritätszuschlag werden fristgemäß an das Finanzamt abgeführt.

Die vereinnahmten Gewinne werden im Rechenschaftsbericht der SPD nach den Vorschriften des Parteiengesetzes ausgewiesen.

GESCHÄFTSFÜHRUNG:

Jens Berendsen (ausgeschieden am 31.03.2020)
Matthias Linnekugel

GESELLSCHAFTER:

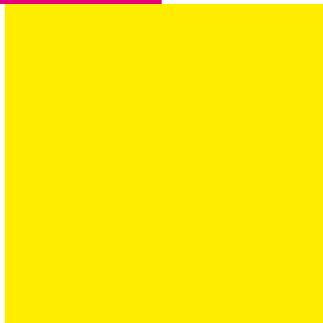
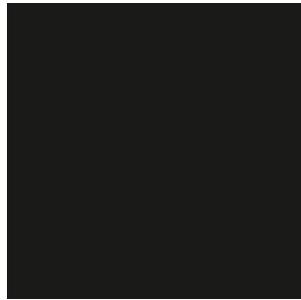
Dietmar Nietan als Generaltreuhänder* für die Sozialdemokratische Partei Deutschlands

TREUHAND-AUFSICHTSRAT:**

Björn Engholm
Daniel Gahr (seit 14.10.2019)
Klara Geywitz (bis 30.08.2019)
Sigrid Keler
Lars Klingbeil (als beratendes Mitglied in seiner Funktion als Generalsekretär)
Nadja Lüders (Vorsitzende)
Dietmar Nietan
Brigitte Reckmann
Dr. Karl-Peter Schackmann-Fallis
Martin Stadelmaier
Dr. Rainer Zugehör

**Der Generaltreuhänder hält 89,667 % an der ddvg; 10,333 % werden von der Solidarität GmbH gehalten, treuhänderisch für den Parteivorstand der SPD.*

***Der Treuhand-Aufsichtsrat berät den Generaltreuhänder in den wirtschaftlichen Grundsatzfragen des Unternehmens- und Liegenschaftsbereichs.*



dd.vg . . .

Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH