

dd.vg...



## IMPRESSUM

**Herausgeber:** Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH,  
Uhlandstraße 175, 10719 Berlin

**Projektleitung:** ASK.Berlin **Redaktion:** Birgit Güll, ASK.Berlin

**Layout:** ASK.Berlin

**Bildnachweise:** S. 16 AdsD/FES: FB059826, FA009330, FB002511, FB002567, Archiv/FES: Social-Demokrat, Der Volksstaat, Vorwärts, S. 17 wikipedia.org/Sozialistengesetz, AdsD/FES: FB004148, FA028217, FA007439, FA038215, FB053474, FA008671, Archiv/FES: Leipziger Volkszeitung, S. 18 AdsD/FES: FA006655, FB000169, FB002144, Archiv/FES: Neuer Vorwärts, S. 19 AdsD/FES: FB004942, Archiv/FES: Arno Scholz und Paul Löbe, wikipedia.org/Telegraf, S. 20 Archiv/FES: Godesberger Programm, AdsD/FES: FB005601, FA024873, ddivv Geschäftsbericht 2000, S. 21 wikipedia.org/Telegraf, S. 22 ExB/Bildagentur-online/Alamy Stock Foto, Stefan Kiefer/Alamy Stock Foto, wikipedia.org/Frankfurter Rundschau, IMAGO/teutopress, S. 23 IMAGO / brennweiteffm, Sirius1717/Alamy Stock Foto, wikipedia.org/Frankenpost, Bayernkurier/heha, arda savaşıoğulları/Alamy Stock Foto, S. 16 freepik.com, S. 17 Unsplash (AbsolutVision), S. 18 freepik.com, S. 19 Unsplash (Daria Shevtsova), S. 20 Claudia Jacquemin, S. 21 Madsack GmbH & Co. KG, Neue Westfälische GmbH & Co. KG, wikipedia.org/Cuxhaven-Niederelbe, S. 22 Utopia.de, Avocadostore

# **GESCHÄFTSBERICHT 2021**

# DAS JAHR IM ÜBERBLICK

<b>Editorial</b>	5
<b>Übersicht Beteiligungen</b>	7
<b>Zahlen zum Jahresabschluss 2021</b>	8
<b>Beteiligungsgesellschaften nach Sparten</b>	12
<b>Unternehmensverfassung</b>	15
<b>ddvg Zeitleiste 1863–2021</b>	16

# EDITORIAL

Im Jahr 2021 setzte sich die bereits im Vorjahr begonnene (pandemiebedingte) ökonomische Achterbahnfahrt fort – auch für die Beteiligungen der ddvg:

Zum Jahresbeginn hatte die Corona-Pandemie einen weitgreifenden Lockdown erfordert, der die Hoffnungen auf eine schnelle Normalisierung des (Geschäfts-)Lebens zunichtemachte. Im Laufe des Jahres haben die bessere Verfügbarkeit von Corona-Schnelltests und vor allem die einsetzende Impfkampagne dann Stück für Stück Lockerungen der Kontaktbegrenzungen ermöglicht. Hierauf begründet hat sich nach und nach eine gewisse Routine im Umgang mit dem Corona-Virus eingestellt.

Umfassende staatliche Hilfen haben die Folgen aus dem Lockdown zum Jahresauftakt weiterhin abgemildert. Insbesondere das Kurzarbeitergeld bedeutete eine verlässliche Unterstützung. Gleichwohl hat die Pandemie vor allem in den Anzeigen-, Veranstaltungs- und Reiseumsätzen deutlich negative Spuren hinterlassen.

Erfreulich entwickelten sich dem gegenüber die Digitalangebote der Verlage und die damit verbundenen Vertriebslöse. Ein maßgeblicher Grund hierfür lag darin, dass im von der Pandemie geprägten ersten Halbjahr der Bedarf an verlässlichen lokalen Informationen ein hohes Niveau erreicht hatte. Die Regionalverlage konnten mit entsprechenden qualitativ hochwertigen Angeboten diesen Bedarf befriedigen und das Plateau an E-Paper-Abonnements oder anderen Paid-Angeboten weiter aufstocken.

Nach Fortfall der meisten Corona-Beschränkungen zur Jahresmitte belebte sich zudem das Anzeigengeschäft wieder und trug zu einem ökonomisch letztlich zufriedenstellenden Jahr für die Regionalverlage bei.

Allerdings begannen sich – überwiegend unbemerkt – die Vorzeichen der wirtschaftlichen Entwicklung zu ändern. Heute wissen wir, dass der Anstieg der Lebenshaltungskosten nicht von vorübergehender Natur war. Insbesondere wurden steigende Energiekosten zum Treiber der Inflation. Für das Kernportfolio der ddvg zeigte sich dies zuerst in signifikant steigenden Preisen für Zeitungspapier.

Der massive Aufmarsch russischer Truppen an der ukrainischen Grenze ab November 2021 ließ zudem im Hinblick auf die Energielieferungen und Lieferketten neue Unsicherheiten entstehen, ganz abgesehen von den existenziellen Bedrohungen durch diese Aggression.

Aus heutiger Sicht zog also schon ab dem Herbst 2021 ein globales Gewitter herauf, das sich Anfang des Folgejahres zu entladen begann. Ohne die letztlich erfreulichen Ergebnisse des Berichtsjahres wäre es deutlich schwieriger gewesen, den aktuellen Herausforderungen entgegenzutreten – aber auch so bleiben die Aufgaben groß genug:

- Die Covid19-Pandemie ist noch nicht vorüber, auch wenn derzeit eine entspanntere Phase angebrochen ist.
- Der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine dauert an, was unter anderem eine hohe Unsicherheit der Energieversorgung und folglich einen gravierenden Preisanstieg im Energiebereich mit sich bringt.
- Gleichzeitig findet eine Erhöhung der Lebenshaltungskosten und eine deutliche Konsumzurückhaltung statt.
- Die globale Klimakrise zeigt sich immer eindrucksvoller mit Wetterextremen eines bis dato unbekanntem Ausmaßes.

All diese vorgenannten Krisenfaktoren treffen im Kernportfolio der ddvg auf eine Branche, die angesichts der Herausforderungen der digitalen Transformation, der demografischen Entwicklung und des Fach- und Arbeitskräftemangels ohnehin durch die Bewältigung bedeutender Aufgaben gefordert ist. Allerdings helfen auch jetzt die Erfahrungen der ersten beiden Corona-Jahre dabei, eine höhere Geschwindigkeit bei der Entwicklung und Umsetzung von Gegenstrategien und -maßnahmen aufzunehmen und insbesondere die Digitalisierung der redaktionellen Kernprodukte deutlich zu beschleunigen.

Die physische Zustellung tagesaktueller Printprodukte entwickelt sich allerdings zu einem immer dringender werdenden Problem. Einerseits steigen die ohnehin

schon hohen Zustellkosten sprunghaft, andererseits wird es in Zeiten des allgemeinen Arbeitskräftemangels immer schwerer, funktionierende Zustellstrukturen aufrecht zu erhalten. Trotz des immer größer werdenden Anteils an digitaler Reichweite der Verlage, führt dies sowohl ökonomisch als auch medienpolitisch in eine sehr gefährliche Richtung:

Für den überwiegenden Teil der Printabonent\*innen ist die regionale Tageszeitung neben den öffentlich-rechtlichen Sendern die wichtigste Informationsquelle. Diese Gruppe ist aber nur sehr eingeschränkt für digitale Verlagsangebote erreichbar. Müssten die Abo-Preise der Kostenentwicklung entsprechend weiter stark angehoben oder die Verbreitung aus Kostengründen reduziert werden, könnten mittelfristig ganze Landstriche von seriösen lokalen Informationen abgeschnitten werden – mit allen

absehbaren Folgen für gesellschaftliche Debatten und Wahlentscheidungen. So leisten nur Lokalzeitungen eine breite Berichterstattung, die auch Aspekte wie Vereinsleben, lokale politische Gremien u. ä. einbezieht, während sich neue Akteure auf dem digitalen Markt zumeist auf wenige reichweitenstarke Themen fokussieren, die für eine Werbefinanzierung erfolgversprechend sind.

Das Problem der Zustellstrukturen ist also nicht nur eines der Verlage, sondern kann eine demokratiegefährdende Wirkung entfalten. Es ist deshalb zu begrüßen, dass der Koalitionsvertrag der Ampelkoalition vorsieht, dass „die flächendeckende Versorgung mit periodischen Presseerzeugnissen gewährleistet“ werden soll. Die Zeit drängt.

**Matthias Linnekugel**  
Geschäftsführer im Oktober 2022

**KRIEG, STEIGENDE  
PREISE UND DIGITALE  
TRANSFORMATION –  
DIE HERAUS-  
FORDERUNGEN  
FÜR DIE  
VERLAGSBRANCHE  
SIND GEWALTIG.**

# ÜBERSICHT BETEILIGUNGEN

## REGIONALVERLAGE / VERLAGSGRUPPEN

- 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“, „Südthüringer 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“)

## GREEN LIFESTYLE

- GLG Green Lifestyle GmbH mit 100%: ist mit 100% an der Avocado Store GmbH, mit 73,16% an der Utopia GmbH sowie mit rund 77,97%\* an der ÖKO-TEST AG („ÖKO-TEST Magazin“) beteiligt

\* inklusive von der ddvg direkt gehaltene Aktien

## SERVICE

- Berliner vorwärts Verlagsgesellschaft mbH mit 100% („vorwärts“, „Demokratische Gemeinde“)
- FFR Ferien-, Freizeit-, Reiseservice GmbH mit 100%
- IMAGE Ident Marketinggesellschaft mbH mit 100%
- Office Consult GmbH mit 100%
- vorwärts: buchhandlung + antiquariat GmbH mit 100%
- ASK Agentur für Sales und Kommunikation GmbH (100%)

## WEITERE MEDIENBETEILIGUNGEN

- TP Publishing GmbH (100%)
- dd\_vg. Rundfunkbeteiligungsgesellschaft mbH mit 100%: ist mit 9,2% an der Rheinland-Pfälzischen Rundfunk GmbH & Co. KG, mit 50% an der Audiotainment Südwest (RPR 1, Big FM, Radio Regenbogen) beteiligt
- Dräger + Wullenwever print + media Lübeck GmbH & Co. KG mit 100%
- Wullenwever print + media Lübeck GmbH mit 100% (ohne Geschäftsbetrieb)
- trediton GmbH mit 10%

## DIGITALE INVESTIONSPROJEKTE

- Bontravo GmbH mit 70%
- next media accelerator Beteiligungsges. mbH & Co. KG (9,9%)
- next media accelerator 2 Beteiligungsges. mbH & Co. KG (3,2%)

## BILANZPOSTEN UND -KENNZIFFERN

	2021	2020
Jahresüberschuss / -fehlbetrag (in Mio. Euro)	8,0	0,0
Betriebsergebnis / EBITDA (in Mio. Euro)	10,6	3,9
Eigenkapital (in Mio.)	62,0	58,2
Eigenkapitalquote	59,2%	57,5%
Bilanzsumme (in Mio. Euro)	104,8	101,3
Anlagedeckungsgrad*	83,8%	79,0 %
Eigenkapitalrendite nach Steuern	12,8%	0,1 %
Gesamtkapitalrendite nach Steuern	7,6%	0,0 %
Cashflow aus Investitionstätigkeit (in Mio. Euro)**	19,9	3,2
Verbindlichkeiten ggü. Kreditinstituten (in Mio. Euro)	0,0	2,0

\* langfristiges Kapital / langfristig gebundenes Vermögen

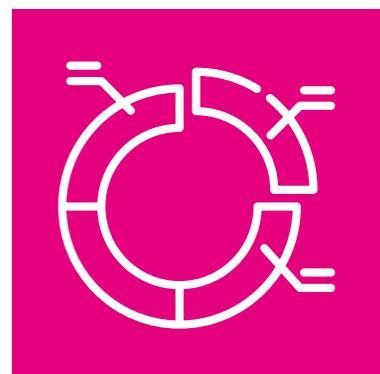
\*\* gemäß DRS 21



Nach Fortfall der meisten Corona-Beschränkungen zur Jahresmitte belebte sich das Anzeigengeschäft und trug zu einem ökonomisch letztlich zufriedenstellenden Jahr für die Regionalverlage bei.

## ERLÄUTERUNGEN ZU AKTIVA

Aktiva (in Mio. Euro)	2021	2020	
<b>Anlagevermögen</b>	<b>80,1</b>	<b>81,4</b>	
Im Wesentlichen: Sachanlagen / Imm. VG	0,2	0,7	Verringerung durch Veräußerung der Immobilie in Hamburg Deichstraße
Anteile an Verbundenen Unternehmen	21,2	21,5	Wertanpassungen
Beteiligungen	44,6	44,7	ebenso
Ausleihungen	14,0	14,6	Vollständige Tilgung eines langfristigen Darlehens an eine Schwestergesellschaft
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>24,7</b>	<b>19,8</b>	
Im Wesentlichen: Forderungen gegenüber Verbundenen Unternehmen	10,1	13,2	Rückführung liquider Mittel einer Tochtergesellschaft
Forderungen gegenüber Beteiligungsunternehmen	1,3	2,7	Im Vorjahr höhere Forderung gegenüber einer Beteiligungsgesellschaft aus Vorab-Gewinnausschüttung
Bankguthaben	10,6	0,2	
Sonstige Vermögensgegenstände	2,7	3,7	Forderungen gegenüber den Finanzamt aus Körperschaftssteuerguthaben
<b>Bilanzsumme</b>	<b>104,8</b>	<b>101,3</b>	



**ERLÄUTERUNGEN ZU PASSIVA UND ZUR ERFOLGSRECHNUNG**

Passiva (in Mio. Euro)	2021	2020	
<b>Eigenkapital</b>	<b>62,0</b>	<b>58,2</b>	
Stammkapital	36,0	36,0	
Gewinnvortrag	18,1	22,2	Der Gewinnvortrag ist gesunken, da 4,2 Mio. € an die Gesellschafterin ausgeschüttet wurde.
Jahresüberschuss	8,0	0,0	
<b>Rückstellungen</b>	<b>6,4</b>	<b>6,3</b>	
für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	4,8	5,4	Deutliche Verringerung der Pensionsrückstellungen durch Sterbefälle
Steuerrückstellungen	1,2	0,0	Für 2021 war aufgrund des Ergebnisses eine Steuerrückstellung zu bilden
Sonstige Rückstellungen	0,4	0,9	Verbrauch der Rückstellung für Umzug und Restrukturierung
<b>Verbindlichkeiten</b>	<b>36,3</b>	<b>36,7</b>	
gegenüber Kreditinstituten	0,0	2,0	Vollständiger Abbau von Bankverbindlichkeiten
gegenüber Verbundenen Unternehmen	12,0	12,4	
gegenüber Beteiligungsunternehmen	11,6	11,7	
Sonstige Verbindlichkeiten	12,6	10,6	Anstieg durch Anlage von Gesellschaftermitteln
<b>Bilanzsumme</b>	<b>104,8</b>	<b>101,3</b>	



Die Regionalverlage konnten 2021 das Plateau an E-Paper-Abonnements oder anderen Paid-Angeboten weiter aufstocken.

## ERLÄUTERUNGEN ZU PASSIVA UND ZUR ERFOLGSRECHNUNG

Erfolgsübersicht (in Mio. Euro)	2021	2020	
Umsätze / Betriebliche Erträge	3,7	1,0	Buchgewinne insb. aus Verkauf Immobilie Hamburg und Auflösung Pensionsrückstellungen.
Beteiligungsergebnis	9,9	7,3	
Personalaufwendungen	-1,5	-2,0	
Beraterhonorare	-0,5	-1,1	Geringere Zahl von beratungsaufwendigen Projekten
Sonstige Aufwendungen	-1,0	-1,3	Im Vorfeld des Umzugs nach Berlin fielen 2020 erhöhte Kosten an.
<b>Betriebsergebnis / EBITDA</b>	<b>10,6</b>	<b>3,9</b>	
Abschreibungen	-0,1	-0,1	
Finanzergebnis	-0,1	-2,6	2020 entstanden Sonderaufwendungen im Zusammenhang mit der Restrukturierung einer Tochtergesellschaft.
a. o. Ergebnis	0,0	-0,5	Im Vorjahr: Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Umzug der ddvg
Steuern	-2,4	-0,7	Höhere Steuern aufgrund gesteigener Beteiligungserträge.
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>8,0</b>	<b>0,0</b>	



# WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

## BETEILIGUNGSGESELLSCHAFTEN NACH SPARTEN

*Für die Regionalverlage im Portfolio der ddvg war das Geschäftsjahr 2021 nach einem durch Lockdown zum Jahresanfang verursachten verhaltenen Start letztlich von einer leichten Erholung geprägt. Die digitale Transformation aller Verlage blieb auch im Berichtsjahr bestimmendes Thema.*

### REGIONALVERLAGE / VERLAGSGRUPPEN

— Die **DDV Mediengruppe GmbH & Co. KG** (Sächsische Zeitung/Sächsische.de, Morgenpost Sachsen/TAG24.de) erzielte auch im 2. Corona-Jahr 2021 deutlich positive Ergebnisse; dies obwohl die anhaltende COVID19-Pandemie insbesondere durch den langen Lockdown im 1. Halbjahr negativ auf die Mediengruppe wirkte. Erneut litten die im Rahmen des langjährigen Diversifikationsprozess aufgebauten Geschäftsfelder Veranstaltungen, Messen sowie Tourismus/Reisen besonders unter den Lockdown-Bedingungen. Im 1. Halbjahr konnten beispielsweise keine Messen oder Reisen durchgeführt werden. Mit Beginn des 2. Halbjahres konnten diese Geschäftsfelder ihre Tätigkeit wieder aufnehmen, verzeichneten jedoch schwächere Anlaufkurven im Vergleich zu den Werbeumsätzen, die mit den Öffnungen schnell wieder an Fahrt gewannen. Hier zeigte sich deutlich die Zurückhaltung von Kunden, Veranstaltungen mit großem Besucheraufkommen bei fortbestehender Infektionsgefahr und den entsprechenden Auflagen (3 G/2 G/Maskenpflicht) zu frequentieren.

Die Auflagenzahlen der Haupttitel sind unverändert strukturell rückläufig – gleichwohl führte die Nachrichtenlage zu positiven Tendenzen, insbesondere bei den Digitalangeboten Sächsische.de und TAG24.de, jedoch nicht mehr in dem Maße des Vorjahres.

Das Nachrichtenportal Sächsische.de der Sächsischen Zeitung konnte mit seinem Paid-Content-Modell die Reichweite auch 2021 weiter steigern. Das bereits 2014 gegründete und rein werbefinanzierte Newsportal TAG24.de setzte seine positive Entwicklung & Konsolidierung fort, steigerte bei sogar rückläufiger Reichweite den Umsatz deutlich und konnte hohe Gewinnzuwächse verbuchen. Insgesamt stieg der Onlineumsatz der Unternehmensgruppe damit im Vorjahresvergleich wiederholt und zwar deutlich um +44 % an.

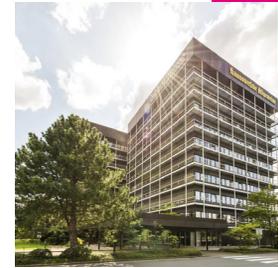
Neben den geschilderten Markttendenzen begleitet die Mediengruppe unverändert und dauerhaft ein Kostenauftrieb, insbesondere im Bereich der Zustellung als Folge der Dynamik des gesetzlichen Mindestlohnes. Das stetige Kostenmanagement wurde 2020 mit Beginn der Pandemie noch einmal verstärkt, um die wirtschaftlichen Folgen von COVID19 zu begrenzen. Die DDV Mediengruppe in Dresden beanspruchte u. a. in den betroffenen Geschäftsfeldern auch 2021 erneut Kurzarbeit. Damit ist es gelungen, alle bisherigen Geschäftsaktivitäten fortzusetzen und durch die Krise zu führen.

Durch die Weiterentwicklung der genannten Nachrichtenportale in Verbindung mit Digitalisierungsprozessen in allen Unternehmensbereichen soll mittelfristig die digitale Transformation des Printgeschäftes gelingen.

Umsatz- und ergebnisseitig entwickelte sich die Firmengruppe infolge seines breiten Portfolios und der COVID19-Betroffenheit im Vergleich zu anderen Verlagshäusern etwas schwächer als die Branche, konnte aber insbesondere durch die Wiederaufnahme des Reise- und Tourismusgeschäftes den konsolidierten Gruppenumsatz um 4 % zum Vorjahr steigern.

Bündelt viele  
Kompetenzen:  
das Haus der Presse  
in Dresden



Verlagsgebäude des  
Madsack Medien Campus

— Die **MADSACK Mediengruppe** konnte ihre Aktivitäten im digitalen Qualitätsjournalismus im Geschäftsjahr 2021 konsequent ausbauen. Mit der Entwicklung von RND OnePlatform hat die MADSACK Mediengruppe zudem die Voraussetzungen geschaffen, nicht nur ihre eigenen Titel erfolgreich zu digitalisieren, sondern schon ab 2022 auch andere Verlage bei der Digitalisierung ihrer Titel in partnerschaftlicher Zusammenarbeit zu unterstützen. Neben den strategischen Weichenstellungen bei der digitalen Transformation war der Fokus im Geschäftsjahr 2021 vor allem auf das operative Kerngeschäft gerichtet. Hier zeigten die im Jahr 2020 begonnenen und in 2021 fortgeführten vielfältigen Strukturmaßnahmen ihre Wirkung. Positiv zum Geschäftsverlauf trug auch die strategische Erweiterung des Tageszeitungsportfolios bei. So wurde unter anderem die bereits bestehende Beteiligung an der KN-Gruppe (hierunter die Kieler Nachrichten als größte Tageszeitung in Schleswig-Holstein) zur Mehrheitsbeteiligung ausgebaut. Die insgesamt sehr erfreuliche Gesamtentwicklung spiegelt sich eindrucksvoll wider: Die Mediengruppe konnte ihr operatives Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr sehr deutlich steigern. Als digitales Medienunternehmen steht MADSACK weiterhin für unabhängigen und gut recherchierten Journalismus. Das stellte die Mediengruppe im Jahr 2021 vielfach unter Beweis, exemplarisch sei hier die umfangreiche, ausgewogene und tiefgründige journalistische Begleitung der diversen Kommunal- und Landtagswahlen sowie der Bundestagswahl genannt. Die Journalistinnen und Journalisten der MADSACK Mediengruppe leisten damit nach wie vor einen unverzichtbaren gesellschaftlichen Beitrag in unserer freiheitlichen Demokratie. Dies wurde von den Leserinnen und Lesern wie schon im Vorjahr entsprechend honoriert: Die Gesamtanzahl der Abonnements (Digital und Print) stieg 2021 um satte 35.000 Abonentinnen und Abonnenten weiter an.

— Die Corona-bedingten Herausforderungen prägten auch 2021 das Geschäft der **Mediengruppe Neue Westfälische**. Dennoch konnte der Werbemarkt stabilisiert und das Ergebnis mit neuen, insbesondere digitalen Angeboten verbessert werden. Im Vertriebsbereich führte die Fokussierung auf digitale Produkte zu einer sehr dynamischen Entwicklung des E-Paper-Anteils in der Gesamtauflage. Die führende Marktposition der NW-Gruppe in Ostwestfalen wurde durch die Übernahme des Haller Kreisblatts weiter ausgebaut. Das im nördlichen Kreis Gütersloh erscheinende Blatt wurde in die administrativen und technischen Strukturen der NW integriert, erscheint jedoch weiter redaktionell eigenständig unter seinem Traditionstitel und erhält damit auch die Zeitungsvielfalt in der Region. Das Druckhaus der Neuen Westfälischen in Bielefeld-Sennestadt wurde zur Mitte des Jahres geschlossen. Trotz sorgfältiger Prüfung aller möglichen Optionen konnte angesichts der rückläufigen Druckauflage und absehbar steigender Produktionskosten keine sinnvolle wirtschaftliche Perspektive für einen eigenständigen Druckstandort entwickelt werden. Mit Betriebsrat und Gewerkschaft wurde ein Sozialplan abgeschlossen, der neben Abfindungen auf Basis eines Modells der Hans-Böckler-Stiftung auch Vorruhestandsangebote sowie umfangreiche Weiterbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen für die Beschäftigten in einer Transfergesellschaft vorsieht. Die Kosten dieses Sozialplans belasten entsprechend das Jahresergebnis der Gruppe. Die Print-Ausgaben der Neuen Westfälischen und des Haller Kreisblatts werden nun von Druckereien in Osnabrück und Rodenberg hergestellt.

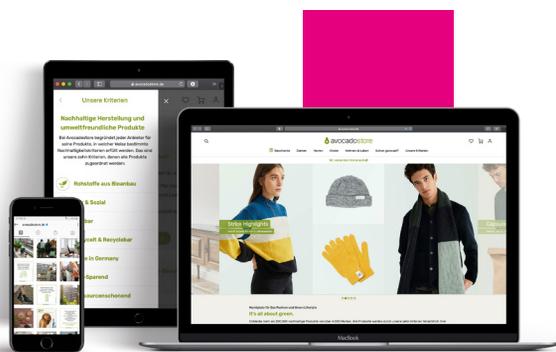
— Die **Verlagsgruppe Hof/Coburg/Suhl/Bayreuth** hat das zweite Jahr der Corona-Pandemie deutlich besser abgeschlossen als zunächst erwartet werden konnte. Ursächlich hierfür war ein Bündel von Maßnahmen, das das Kostenniveau in der Gruppe weiter gesenkt hat. So konnten beispielsweise durch die Integration des Vertriebs in die gruppenweite Vermarktungsgesellschaft HCS Medienwerk GmbH weitere Synergien genutzt werden. Gleichzeitig wurde in der Werbevermarktung ein höheres Maß an Effizienz erzielt, was zu entsprechender Kostenentlastung führt. Auch die Umsetzung der SWMH-weiten Medienhausstrategie hat zu Einsparungen in der Redaktion geführt. Entlastend wirkte zudem, dass das Preisniveau der internen Dienstleistungen der SWMH deutlich reduziert werden konnte. Die digitale Entwicklung der Verlagsgruppe konnte aufgrund von Verzögerungen bei Systemprojekten und Umstrukturierungen in der Redaktion nicht im erforderlichen Maße vorangetrieben werden. Insbesondere im digitalen Vertrieb bestehen erhebliche noch nicht ausgeschöpfte Potentiale. Auf der Vermarktungsseite hingegen konnten insbesondere aus dem überregionalen Bereich positive Effekte verzeichnet werden.

— Ein weiteres schwieriges Geschäftsjahr unter Corona-Bedingungen hat die **Cuxhaven-Niederelbe Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG** gut gemeistert. Während die Umsatzeite weiterhin unter Druck steht, gelingt es durch konsequentes Kostenmanagement unter Einbeziehung von Kurzarbeit in Teilen des Unternehmens, die Ergebnissituation stabil zu halten. Darüber hinaus wurde die eigene Marktposition in der Region weiter gefestigt: Durch den Zusammenschluss mit dem Anzeigenblatt „Elbe-Weser-Aktuell“ konzentriert sich das Anzeigenblattangebot in der Region zukünftig auf den gemeinsam herausgegebenen „Elbe-Weser-Kurier“. Darüber hinaus wird das Cuxhavener Medienhaus durch die neu hinzugewonnenen Mitarbeiter\*innen gerade in Verkauf und Logistik deutlich gestärkt.

## GREEN LIFESTYLE

Die ÖKO-TEST AG konnte im Geschäftsjahr 2021 erfreuliche Zuwächse in allen Umsatzsegmenten erreichen. Neben einer Erholung des Anzeigengeschäfts ist besonders die Entwicklung der Vertriebslöse (print wie digital) ebenso wie der Lizenzerlöse aus der Vermarktung des ÖKO-TEST-Labels bemerkenswert. Dank eines weiterhin konsequenten Kostenmanagements konnte sich das Ergebnis der ÖKO-TEST AG weiter stabilisieren. Um die Neutralität und Unabhängigkeit von ÖKO-TEST strukturell zu unterstreichen, wurde 2021 ein Konzept entwickelt, Redaktion und Vermarktung auch gesellschaftsrechtlich zu trennen. Darüber hinaus hat der Aufsichtsrat einen Code of Conduct beschlossen, der alle Mitarbeiter\*innen und mit ÖKO-TEST verbundene Unternehmen zur Sicherung der Neutralität der Warentests verpflichtet.

Die Einschränkungen im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie bis hin zum Lock-down zu Beginn des Jahres sorgten auf dem Marktplatz von Avocadostore für eine sehr hohe Nachfrage. Deutlich gestiegene Käufer\*innenzahlen und ein damit einhergehender hoher Total Trade Value (TTV) zum Ende des Jahres waren die Folge. Dementsprechend realisierte Avocadostore einen deutlichen Gewinn, der das Unternehmen nahezu schuldenfrei werden ließ.



Avocadostore ist der Online Marktplatz für Eco Fashion und Green Lifestyle.

Die Utopia GmbH konnte die gute Reichweitenentwicklung aus dem Vorjahr zunächst fortsetzen. Allerdings erwies es sich gerade zum Ende des Geschäftsjahres als zunehmend schwierig, dieses Niveau zu halten. Trotz dieses langsameren Reichweitenwachstums gelang es, das Umsatzniveau weiter auszubauen. Vor allem im Bereich der Programmatischen Vermarktung wurden erfreuliche Erfolge erzielt. Mit dem Einstieg der Umweltbank AG als Gesellschafter bei der Utopia GmbH wurde der Startschuss für einige Innovationsprojekte gegeben, hierunter die Internationalisierung der Plattform (utopia.org). Auch wurde das Beratungsgeschäft konsequent weiter voran getrieben und das bisherige Angebot weiter ausgebaut.

## SERVICE

Der Bereich Service war geprägt von den zahlreichen Wahlkampagnen im vergangenen Jahr, insbesondere von der Kampagne im Zusammenhang mit der Bundestagswahl. Dementsprechend konnten Aufträge und Umsätze enorm gesteigert werden.

Im Tourismusgeschäft wirkte sich auch weiterhin die Corona-Pandemie negativ aus. Die mit ihr zusammenhängenden Einschränkungen sorgten für zahlreiche Absagen von Reisen aufgrund des Nicht-Erreichens von Teilnehmerzahlen oder aufgrund von Einreisebeschränkungen. In der zweiten Jahreshälfte konnten erste Tendenzen hinsichtlich einer Normalisierung im Tourismus ausgemacht werden, wenngleich es festzuhalten gilt, dass die Reiseentscheidungen durch die Kund\*innen deutlich kurzfristiger als vor der Pandemie erfolgen. Sollte sich der Trend der Normalisierung im Folgejahr fortsetzen, besteht berechtigte Hoffnung, das frühere Ergebnissniveau wieder zu erreichen.

## WEITERE MEDIENBETEILIGUNGEN

In dem Segment der weiteren Medienbeteiligungen konnten die Unternehmen stabile Ergebnisse erzielen. Nach dem Abschluss des Schutzschirmverfahrens hat sich Dräger+Wullenwever als Fullfillment-Dienstleister etabliert. Im Radiobereich wurde unter Beteiligung von RPR das erste länderübergreifende private Funkhaus gebildet, mit dem Ziel im Verbund der beteiligten Sender die hohe Qualität der Programme zu sichern und die digitalen Angebote deutlich auszubauen.



Utopia.de – einfach nachhaltiger leben

# 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:**

Matthias Linnekugel

## **GESELLSCHAFTER:**

Dietmar Nietan als Generaltreuhänder\* für die Sozialdemokratische Partei Deutschlands

## **TREUHAND-AUFSICHTSRAT\*\*:**

Björn Engholm

Daniel Gahr

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.*

# AM ANFANG STANDEN ARBEITERGROSCHEN.

UND DIE ERKENNTNIS: WISSEN IST MACHT.

## GRÜNDUNG DES ADAV

Gründung des „Allgemeinen Deutschen Arbeiter-Vereins“ (ADAV), Ferdinand Lassalle in Leipzig.



Ferdinand Lassalle, 1863

1863



## GRÜNDUNG DER SDAP

Gründung der „Sozialdemokratischen Arbeiterpartei“ (SDAP), unter anderem von August Bebel und Wilhelm Liebknecht in Eisenach, mit dem Organ „Der Volksstaat“.



Auf dem Podium v.l.n.r. Adolf Hepner, Wilhelm Liebknecht (mit erhobenem Arm) und August Bebel



1869

## SOCIAL-DEMOKRAT

Erstes Erscheinen des „Social-Demokrat“, ab 1865 offizielles Organ des ADAV. Der „Social-Demokrat“ erscheint dreimal wöchentlich.



1864

1874

## LOKALE PARTEIBLÄTTER

Der „Ausschuss für Parteipresse“ entscheidet über die Gründung lokaler Parteiblätter.



SPD-Parteitag in Gotha vom 22. bis 27.5.1875 (Vereinigungsparteitag)

## HAMBURG-ALTONAER VOLKSBLATT

Johann Heinrich Wilhelm Dietz wird Leiter des neu gegründeten „Hamburg-Altonaer Volksblatts“.



1875 1875

1876

## VEREINIGUNG ZUR SAP

Vereinigung von ADAV und SDAP zur „Sozialistischen Arbeiterpartei Deutschlands“ (SAP) in Gotha.

## VORWÄRTS

Erstes Erscheinen des neuen SAP-Zentralorgans „Vorwärts“ in Leipzig.

Die aufgebaute Parteiorganisation wurde zerstört, denn auch Versammlungen waren nicht mehr erlaubt.



### SOZIALISTENGESETZ

Erlass des „Gesetzes gegen die gemeingefährlichen Bestrebungen der Sozialdemokratie“ („Sozialistengesetz“) im Oktober 1878. Enteignung fast aller sozialdemokratischen Parteibetriebe, darunter 51 Zeitungen. 2.500 Menschen werden arbeitslos, Vermögenswerte von etwa 100.000 Mark vernichtet. Um der Enteignung zu entgehen, wird die Genossenschaftsdruckerei, die das „Hamburg-Altonaer Volksblatt“ druckt, an Dietz verkauft.

1877

### SOZIALDEMOKRATISCHE BLÄTTER

Neben dem „Vorwärts“ existieren weitere 41 sozialdemokratische Blätter.

1878

### DER SOZIALDEMOKRAT

Im Züricher (später Londoner) Exil erscheint „Der Sozialdemokrat“, dessen Auflage 1887 in etwa die des „Vorwärts“ vor dem Verbot erreicht.

1879



Wilhelm Blos, 1891

### DER WAHRE JACOB

Wilhelm Blos gründet mit Unterstützung von J. H. W. Dietz die Satirezeitschrift „Der wahre Jacob“.

### VERLAG J. H. W. DIETZ

Nach seiner Ausweisung aus Hamburg gründet Dietz in Stuttgart den „Verlag J. H. W. Dietz“

1881

Verlagsgründer  
Johann Heinrich Wilhelm  
Dietz, 1863



Führende Mitglieder der  
Sozialdemokratischen Partei  
Deutschland (SPD)  
um 1900.

### SPD

Die nach dem Auslaufen des Sozialistengesetzes in „Sozialdemokratische Partei Deutschlands“ (SPD) umbenannte Partei verfügt über 60 Zeitungen mit insgesamt 254.000 Abonnenten. Die „Magdeburger Volksstimme“ wird gegründet.

1890

### SAP ERSTMALS STÄRKSTE PARTEI

Bei den Reichstagswahlen vom 20. Februar 1890 wird die SAP erstmals stärkste Partei (gut 1,3 Mio. Stimmen, 19,8 Prozent)

### VORWÄRTS, DAS ZENTRALORGAN

Der „Vorwärts“, das Zentralorgan der SPD, erscheint täglich (bisher drei Mal wöchentlich).

1891



Magdeburger  
Volksstimme  
Redaktion



Bruno Schönlink, ca. 1900



1894

### LEIPZIGER VOLKSZEITUNG

Die „Leipziger Volkszeitung“ wird gegründet. Chefredakteur wird Bruno Schönlink.

### ENTWICKLUNGEN

Die SPD hat 587.000 Mitglieder, die sozialdemokratischen Zeitungen haben insgesamt 1,1 Mio. Abonnenten, im technischen Bereich (Schriftsetzer, Redaktion und Verwaltung) sind knapp 1.500 Personen beschäftigt.



19  
08

### STÜRMUNG DES VERLAGSGEBÄUDES

Mitglieder des Spartakusbundes stürmen das Verlagsgebäude des „Vorwärts“ in der Berliner Lindenstraße.



Kampf um das Berliner Zeitungsquartier nach der Erstürmung des Vorwärts-Gebäudes in der Lindenstraße

19 19  
19 19

### REVISION

Eine Revision des Parteivorstands ergibt, dass jedes Parteiunternehmen irgendwann von der Partei mitfinanziert worden ist, insgesamt wurden bis dato 2,4 Mio. Goldmark aufgewendet.

19 19  
25 25

### ERFOLGE

*In den folgenden Jahren haben die insgesamt gut 200 sozialdemokratischen Tageszeitungen 1,2 Mio. Abonnenten. Die Gesamteinnahmen der sozialdemokratischen Unternehmen steigen von 1924 bis zur Weltwirtschaftskrise (1929) von 44,9 auf 81,6 Mio. RM. 1929 sind rund 8.000 Männer und Frauen beschäftigt. Im selben Jahr liegen die Einnahmen der SPD bei 95 Mio. RM, die Abführungen der Presseunternehmen (1,05 Mio. RM) machen dabei 9,3 Prozent aus.*

### ENTEIGNUNG

Nach dem Reichstagsbrand vom 28. Februar werden die bürgerlichen Grundrechte und die Pressefreiheit aufgehoben („Reichstagsbrandverordnung“). Am 10. Mai 1933 werden alle sozialdemokratischen Betriebe, Grundstücke, Anlagen, Barmittel enteignet, von dem Gesamtvermögen, ca. 40 Mio. RM, können nur ca. 1,2 Mio. RM (unter Lebensgefahr) in das Exil gerettet werden.

19 19  
33 33

Hugo Haase,  
Mitbegründer der USPD



### SPALTUNG DER ARBEITERGEWEGUNG

Politisch wie wirtschaftlich: Von den insgesamt 94 Parteizeitungen (mit einer Gesamtauflage von 1,4 Mio. Exemplaren) gehen etwa 20 (vor allem in Sachsen und Thüringen) zur USPD über. Die Zahl der Abonnenten nimmt drastisch ab.

### NEUES PARTEISTATUT

Das neue Parteistatut legt fest, dass der „jeweilige Parteivorstand [...] Eigentümer aller vorhandenen Gelder und sonstiger Vermögensstücke“ ist (§ 14). Außerdem regelt es den „Werbebeitrag“; ihm zufolge müssen alle Parteiunternehmen 20 Prozent des Gewinns an den Parteivorstand abführen.

### USPD & MSPD

Nach der (Wieder-)Vereinigung von USPD und MSPD besitzt die SPD insgesamt 169 Zeitungen und 104 Druckereien.

### KONZENTRATION AG

Gründung der „Konzentration AG, Sozialdemokratische Druckerei- und Verlagsbetriebe“ als Dachgesellschaft für alle sozialdemokratischen Parteiunternehmen.

### NEUER VORWÄRTS

Am 22. Juni wird die SPD verboten, am 18. Juli erscheint die erste Exilnummer, das Sprachrohr des exilierten SPD-Parteivorstands.



## NEUBEGINN

Auf Grundlage des von der Militärregierung am 12. Mai 1945 erlassenen Gesetzes Nr. 191 werden ab Juni Lizenzen für Zeitungen/ Presseorgane vergeben. Gegen den Erhalt von Treuhänderklärungen unterstützt die SPD lizenzierte Zeitungsgründungen finanziell.

Einige so ins Leben gerufene Zeitungen (z. B. die „Frankfurter Rundschau“, die „Süddeutsche Zeitung“ und das „Darmstädter Echo“) verweigern allerdings den Weg zurück in die dezidierte Parteipresse.

### WIEDERGRÜNDUNG DER SPD

Noch im Mai beginnt unmittelbar nach der Niederlage Nazi-Deutschlands die Wiedergründung der SPD.

19  
45



Parteihaus der SPD Hannover, ca. 1945

### PARTEIPRESSE

Kurt Schumacher wird zum Vorsitzenden gewählt. Mitglieder des Parteivorstands werden auch Alfred Nau und Fritz Heine. Beide bemühen sich in den folgenden Jahren um den Wiederaufbau einer starken, aber wirtschaftlich gesunden Parteipresse.

Noch im selben Jahr wird die „Konzentration GmbH – Interessengemeinschaft sozialistischer Wirtschaftsunternehmen“ (wieder-)gegründet.

19 19  
46 46

### HANNOVERSCHEN PRESSE

Am 18. Juli 1946 werden die Urkunden für die Lizenz zur Herausgabe der „Hannoverschen Presse“ übergeben, sämtliche Lizenzträger sind Treuhänder der SPD. Bis Anfang der 1960er Jahre wird die HP zur auflagenstärksten Zeitung Niedersachsens, in der Landeshauptstadt erwächst ihr in der „Hannoverschen Allgemeinen Zeitung“ (HAZ) allerdings eine immer stärkere Konkurrenz.

### BERLINER TELEGRAF

Am 22. März 1946 erhält Arno Scholz (ein ehemaliger Mitarbeiter des „Vorwärts“) die Lizenz zur Herausgabe des Berliner „Telegraf“, dessen Auflage bald bei 550.000 Exemplaren liegt.

19 19  
46 46

### RHEINISCHE ZEITUNG

Die Lizenz für die „Rheinische Zeitung“ wird erteilt, die Auflage liegt bei 122.000 Exemplaren, Chefredakteure sind Willi Eichler und Heinz Kühn.

Arno Scholz und Paul Löbe, 1953



19  
47

### SOZIALDEMOKRATISCHE BLÄTTER

In den Westzonen existieren insgesamt 17 sozialdemokratische Blätter mit einer Gesamtauflage von knapp 2,5 Mio. Exemplaren, das entspricht einem Marktanteil von 14 Prozent.

### KONKURRENZKAMPF

Die schrittweise Aufhebung der Lizenzpflicht führt zu einem Konkurrenzkampf und Konzentrationschub: Die SPD-nahe Presse verliert fast 40 Prozent ihrer Auflage und mehr als 700.000 Leser.

19 19  
49 49

### HAMBURGER ECHO

Das „Hamburger Echo“ erreicht eine Auflage von 244.000 Exemplaren. Ab dem 11. September 1949 erscheint der „Neue Vorwärts“ in Hannover und am 16. September die erste Ausgabe der „Hamburger Morgenpost“, deren Auflage bis Ende der 1950er Jahre auf 450.000 Exemplare wächst.

### WIRTSCHAFTSWUNDER

Mit dem „Wirtschaftswunder“ 1952/53 verbessert sich auch die Situation sozialdemokratischer Presseunternehmen.

19 19  
52 53

Auch wenn die überparteilichen Zeitungen immer mehr gelesen werden, sind einzelne sozialdemokratische Titel, wie der Berliner „Telegraf“ und das „Hamburger Echo“, sehr erfolgreich.

### GESINNUNGSPRESSE

Der „Neue Vorwärts“ erscheint als „Vorwärts“ nunmehr wöchentlich. Die „Gesinnungspresse“ hat eine Gesamtauflage von knapp 1,4 Mio. Exemplaren (das entspricht einem Anteil von zehn Prozent), insgesamt 1,1 Mio. Abonnenten.



19  
55

Im technischen Bereich (Schriftsetzer, Redaktion und Verwaltung) sind knapp 1.500 Personen beschäftigt.

### GODESBERGER PROGRAMM

Mit dem Godesberger Programm entwickelte sich die SPD programmatisch von der Klassenpartei zur Volkspartei.



Der SPD-Vorstand während der zum Teil hitzigen Debatte über das Programm.

19  
59

### MAUERBAU

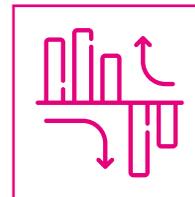
Für den „Telegraf“ bedeutet das, dass Leser und Druckaufträge wegfallen, mit Berliner Ausgaben von „Bild“ und „Die Welt“ entsteht zudem neue Konkurrenz.



19  
61

### RENTABILITÄT

Bestes Gesamtergebnis der Konzentration, trotzdem sind die meisten sozialdemokratischen Zeitungen kaum (oder gar nicht) rentabel. Durch Querfinanzierungen droht die Krise auf eigentlich rentable Betriebe überzugreifen.



19  
65

### KOOPERATIONEN UND FUSIONEN

Mit Kooperationen und Fusionen, wie die der Bielefelder „Freien Presse“ und der „Westfälischen Zeitung“ zur „Neuen Westfälischen Zeitung“, wird das Prinzip der Gesinnungspresse nach und nach zugunsten eines betriebswirtschaftlichen Primats aufgegeben.



19  
67

### ZENTRALISIERUNG

70 Betriebe befinden sich im Eigentum oder teilweise im Eigentum (Beteiligungen) der SPD, darunter 31 Druckereien und 15 Zeitungsverlage. Eine vom Parteivorstand eingesetzte Geschäftskommission erarbeitet Pläne für eine Zentralisierung.



19  
70

### GRÜNDUNG DER DDVG

Gründung der Deutschen Druck- und Verlagsgesellschaft (ddvg) in Hamburg.



19  
71

### VERTRIEBS- UND ANZEIGENGEMEINSCHAFT

Die „Neue Hannoversche Presse“ (NHP, hervorgegangen aus der „Hannoverschen Presse“, HP) und die („bürgerliche“) „Hannoversche Allgemeine Zeitung“ (HAZ) bilden eine Vertriebs- und Anzeiengemeinschaft.



### VERKAUF DER MEHRHEITSANTEILE

Verkauf der Mehrheitsanteile (86,9 Prozent) an der „Westfälischen Rundschau“ an die bis dahin konkurrierende „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“ (WAZ).

# WAZ

### POSITIVE ERGEBNISSE

Verkauf der Mehrheitsanteile an den (rentablen) Betrieben „Frankenpost“ (Hof) und „Neue Presse“ (Coburg). Die ddvg erwirtschaftet wieder positive Ergebnisse, allerdings beansprucht der „Vorwärts“ im Jahr 1988 einen Subventionsbetrag in Höhe von 40 Prozent der Mitgliedsbeiträge der SPD.



19  
73

19  
75

19  
86

19  
72

### LETZTE AUSGABE DES BERLINER TELEGRAF

Am 30. Juni erscheint die letzte Ausgabe des Berliner „Telegraf“. Die Auflage liegt zuletzt bei 36.000 Exemplaren, das monatliche Defizit beträgt 300.000 DM.



19  
74

### EINZELGESELLSCHAFTERIN

Die ddvg wird unter Einbringung der NHP größte Einzelgesellschafterin bei der Verlagsgesellschaft Madsack (HAZ).

**MADSACK**   
MEDIENGRUPPE

19  
80

### HAMBURGER MORGENPOST

Verkauf der „Hamburger Morgenpost“.



19  
89

### MITGLIEDERZEITSCHRIFT

Umwandlung des „Vorwärts“ in eine Mitgliederzeitschrift.

**RESTITUTION**

Erwerb von 40 Prozent der Anteile an der „Sächsischen Zeitung“ und „Dresdner Morgenpost“ als Restitution für von den Nazis enteigneten SPD-Medienvermögen auf dem Gebiet der ehemaligen DDR.



19  
91

dd.vg...

**DDVG  
ALS OBERGESELLSCHAFT**

Installation der noch heute aktuellen Struktur des Unternehmensbereichs mit der ddvg als Obergesellschaft.

19  
96

**RUNDFUNKRECHT**

Um von der Parteienfinanzierungsaffäre der CDU abzulenken, betreibt die Union mit Unterstützung der FDP eine Kampagne gegen die Medienbeteiligungen der SPD. U. a. erlassen mehrere Bundesländer spezielle Rundfunkgesetze mit dem Ziel, den Beteiligungsverlagen der SPD den Zugang zum Privatfunk zu verbauen.

20  
00



**ÖKO-TEST**

Erwerb von 50 Prozent der Aktien der ÖKO-TEST-Holding AG.

**ÖKO-TEST**

20 20  
01 01

**JAHRESÜBERSCHUSS  
DER DDVG**

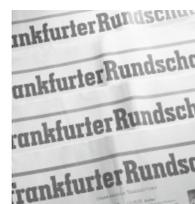
Der auf dem Nürnberger Parteitag der SPD vorgelegte Finanzbericht weist einen Jahresüberschuss der ddvg in Höhe von 16,9 Mio. € aus.

**FRANKFURTER  
RUNDSCHAU**

Einstieg bei der insolvenzgefährdeten „Frankfurter Rundschau“ mit 90 Prozent.



20  
04



20  
06

**VERKAUF DER MEHRHEIT**

Verkauf der Mehrheit (50 Prozent + 1 Stimme) der „Frankfurter Rundschau“ an M. DuMont Schauberg.

**SONDER-RUNDFUNKGESETZGEBUNG**

Das Bundesverfassungsgericht erklärt die Sonder-Rundfunkgesetzgebung der konservativ-liberal regierten Länder für verfassungswidrig.

20  
08





20  
09

**GLOBALEN FINANZKRISE**

Im Zuge der globalen Finanzkrise brechen die Werbeerlöse ein. Die durch die Digitalisierung ausgelöste Strukturkrise der Zeitungen verschärft sich erheblich.

**INSOLVENZVERFAHREN**

Die mehrheitlich von M. DuMont Schauberg gehaltene „Frankfurter Rundschau“ (der ddvg-Anteil liegt bei 40 Prozent) beantragt die Eröffnung eines Insolvenzverfahrens.

20  
13



**VERÄUSSERUNG**

Verkauf des verbliebenen 13-prozentigen Anteils an der „Westfälischen Rundschau“, nachdem die Funke-Mediengruppe im Alleingang die Auflösung der Redaktion beschlossen hatte.

20  
15

**ALLEINGESELLSCHAFTERIN**

Erwerb des Minderheitenanteils an der „Neuen Westfälische Zeitung“, die ddvg ist damit Alleingesellschafterin.



**BETEILIGUNG**

Der „Nordbayerische Kurier“ wird eine Beteiligung der „Frankenpost“.

20  
16



20  
19

**DIGITALEN BETEILIGUNGEN**

Die digitalen Beteiligungen im Nachhaltigkeitsbereich („Utopia“ und „Avocadostore“) überschreiten die Gewinnschwelle.



**COVID-19-PANDEMIE**

Der Beginn der Covid-19-Pandemie führt zu einbrechenden Werbeerlösen im Printbereich, zugleich bedeutet sie aber einen Digitalisierungsschub für alle regionalen Medienhäuser.

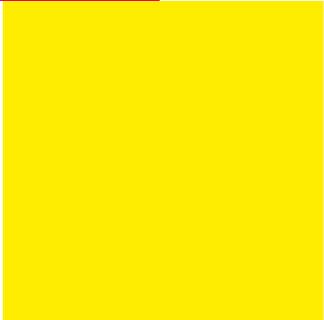
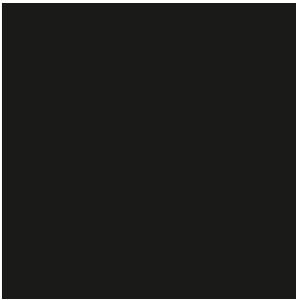
20  
20



20  
21

**dd.vg**

Umzug der ddvg nach Berlin.



**dd.vg** . . .

Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH