

dd.vg...



## IMPRESSUM

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

**Projektleitung:** ASK

**Layout:** ASK

**Bildnachweise:** S. 8, 9, 10, 11 freepik.com, 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, ddvg Geschäftsbericht 2000, S. 21 wikipedia.org/Telegraf, S. 22 Exß/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 savaşcioğulları/Alamy Stock Foto, , S. 9 Unsplash (AbsolutVision), 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 2024

# DAS JAHR IM ÜBERBLICK

<b>Editorial</b>	5
<b>Übersicht Beteiligungen</b>	7
<b>Bilanzposten und -kennziffern</b>	8
<b>Erläuterungen zur Bilanz</b>	9
<b>Wirtschaftliche Entwicklung</b>	12
<b>Unternehmensverfassung</b>	15
<b>ddvg Zeitleiste 1863–2024</b>	16

# EDITORIAL

Das Geschäftsjahr 2024 war das dritte Jahr in Folge, das erheblich von den Auswirkungen des 2022 begonnenen russischen Angriffskriegs gegen die Ukraine geprägt war. Zwar gingen die Energiepreise weiter zurück, sie blieben jedoch im historischen Vergleich auf einem hohen Niveau. Entsprechendes gilt für die Zinsen – mit spürbaren Auswirkungen auf die Bauwirtschaft und die Investitionstätigkeit der Unternehmen. Geopolitische Unsicherheiten und ein schwacher Welthandel belasteten zusätzlich die Industrieproduktion und exportorientierte Branchen. In der Folge sanken die deutschen Exporte im Jahresverlauf um –0,8 %.

Mit einem Rückgang des preisbereinigten Bruttoinlandsprodukts (BIP) um 0,2 Prozent verzeichnete Deutschland ein zweites Rezessionsjahr in Folge. Das BIP lag 2024 real nur noch 0,3 Prozent über dem Niveau von 2019 (vor der Corona-Pandemie). Seit Ende 2019 ist das Wachstum also nahezu zum Erliegen gekommen. Deutschland durchlief und durchläuft noch immer die längste Phase der Stagnation nach dem II. Weltkrieg. Eine große Herausforderung nicht nur für die Verlagsbranche. Die vorgezogene Bundestagswahl trug ihr Übriges zur allgemeinen Verunsicherung bei.

Die negative Gesamtentwicklung zeigte sich mit einem Anstieg der Arbeitslosigkeit um 178.000 auf 2,8 Millionen Menschen im Jahresdurchschnitt auch auf dem Arbeitsmarkt. Auch die Konsumausgaben der privaten Haushalte spiegeln die schlechte Wirtschaftsentwicklung wider: Sie lagen 2024 knapp unter dem Vorkrisenniveau von 2019. In preissensiblen Bereichen wie Gastronomie (–4,4 %) und Bekleidung (–2,8 %) wurde deutlich weniger konsumiert, während bei den weniger disponiblen Ausgaben für Gesundheit (+2,8 %) und Verkehr (+2,1 %) Steigerungen zu verzeichnen waren.

Kurzum: Das ökonomische Umfeld des abgelaufenen Geschäftsjahrs war alles andere als einfach und blieb nicht ohne Auswirkungen auf das Beteiligungsportfolio der ddvg.

Die wirtschaftliche Entwicklung hat sich auch in der Branche der regionalen Medienhäuser und somit im

Kernportfolio der ddvg in rückläufigen Netto-Werbeumsätzen niedergeschlagen: Die Printbranche fuhr 2024 mit digitalen Werbeerlösen und Printwerbung insgesamt ein Minus von 5,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr ein; dabei war der Verlust an Werbeeinnahmen der Tageszeitungen im klassischen Printgeschäft mit einem Minus von fast 15 Prozent besonders hoch.

Die verkauften Print-Auflagen der Tageszeitungen zeigten sich 2024 weiterhin stark rückläufig: Im IV. Quartal 2024 wurden 9,6 Prozent weniger gedruckte Zeitungen als im Vorjahresquartal verkauft. Die Vertriebsumsätze blieben somit weiterhin stark unter Druck.

Positiv entwickelten sich dagegen die digitalen Abonnements bei den regionalen und lokalen Tageszeitungen. Der im Vorjahr festgestellte Trend zur Umwandlung bisheriger Printabos in Digitalabos (vor allem E-Paper) hat sich fortgesetzt und wird von den Regionalverlagen in Teilen aktiv vorangetrieben. Die E-Paper legten im IV. Quartal 2024 im Vergleich zum Vorjahr um gut 10 Prozent zu und stellen mit rund 2,6 Mio. Verkäufen einen zunehmend relevanten Anteil an den Zeitungsauflagen dar. Dieser Zuwachs reicht aber immer noch nicht aus, um die Einbußen im Printbereich zu kompensieren. Es gelingt den Verlagen also trotz weiterhin ambitionierter Preissteigerungen immer weniger, die mit Abstand wichtigste Erlössäule, nämlich die Vertriebsumsätze, stabil zu halten.

Die strategische Aufgabe der kommenden Jahre heißt langfristig auch nicht, das bestehende Umsatzniveau irgendwie zu halten, sondern unter den Bedingungen eines rein digitalen Medienhauses ein angemessenes Umsatz- und Ergebnisniveau (mit rein digitalen Produkten) zu erreichen.

Perspektivisch werden wohl die meisten Regionalverlage in den kommenden zehn Jahren keine gedruckten Tageszeitungen oder lediglich eine gedruckte Wochenendausgabe anbieten. Damit entfallen dann die großen Kostenblöcke beim Druck und vor allem bei der Zustellung. Auch wenn das Ziel entsprechend gesteigerter Di-

gitalumsätze eine große Herausforderung für die Verlage darstellt, scheint es gleichwohl in immer mehr Medienhäusern in absehbarer Zeit theoretisch durchaus erreichbar. Allerdings wird dieser Transformationspfad dadurch erschwert, dass die Kostenblöcke, die mit der Printproduktion verbunden sind, nicht analog zum sinkenden Umsatzanteil von Print abnehmen, sondern – Stichwort: Mindestlohn in der Zustellung – sogar noch ansteigen werden. Dies ist nicht zuletzt eine Folge davon, dass die in den vergangenen Jahren von unterschiedlichen Koalitionsregierungen getroffenen Zusagen für eine Unterstützung der Verlage in der Transformationsphase bis heute nicht umgesetzt wurden.

Die Konsolidierung des deutschen Regionalmedienmarktes nimmt durch diese Zwänge nochmals an Geschwindigkeit zu, weil nur so Synergien erreicht werden können, die es ermöglichen, die Kosten im erforderlichen Maß zu senken.

Die Verlage werden darüber hinaus in den nächsten Jahren wirtschaftlich nicht mehr darstellbare Printauflagen (z. B. aufgrund gestiegener Zustellkosten) aktiver reduzieren als bisher, sofern in den betroffenen Gebieten eine Umstellung auf Digitalangebote in gebotenem Umfang machbar erscheint. Was nach den ersten Erfahrungen für die Verlage einen sinnvollen Schritt darstellt, bedeutet allerdings, dass inzwischen 30 bis 60 Prozent der bisherigen Leserinnen und Leser von Printprodukten nicht mehr von einer lokalen Zeitung erreicht werden – mit den

damit verbundenen Folgen für die Teilhabe dieser Menschen am regionalen oder lokalen Austausch.

Andererseits arbeiten die Verlage daran, mit einer Ausweitung des publizistischen Angebots nicht nur bisherige Kundenbeziehungen zu stabilisieren, sondern auch neue zu gewinnen. So entwickeln sich beispielsweise Newsletter immer mehr zu einem eigenständigen Informations- und Kommunikationsangebot. Aber auch Audio- und Bewegtbildformate gewinnen an Bedeutung.

Der Ausbau des publizistischen Angebots wird angesichts des bleibenden Kostendrucks nur unter Einsatz von KI-Tools erfolgen können. Entsprechend stellt KI derzeit das größte Investitionsfeld der Verlage dar und hat Data-Analytics hinter sich gelassen.

Ein solcher Einsatz von KI vor allem im Redaktionsumfeld erfordert klare Regeln. Die Sicherstellung der publizistischen Verantwortung durch Redakteurinnen und Redakteure sowie die Transparenz gegenüber den Kundinnen und Kunden sind dabei von besonderer Bedeutung. Die Vertrauenswürdigkeit nicht nur der jeweiligen Medienmarke, sondern der Gesamtheit publizistischer Angebote erfordert ein hohes Maß an Sensibilität.

Kurzum: Es bleibt herausfordernd.

**Matthias Linnekugel**

Geschäftsführer im November 2025

**Die Konsolidierung des  
Regionalmedien-  
marktes nimmt nochmals  
an Geschwindigkeit zu.**

# 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 beteiligt („Neue Westfälische“)
- Frankenpost Verlag GmbH mit 35 % („Frankenpost“): ist mit 65 % an der Nordbayerischer Kurier Zeitungsverlag GmbH beteiligt („Nordbayerischer Kurier“)
- KOSOS Beteiligungs GmbH mit 100%: ist mit 35 % an der KOSOS Beteiligungs GmbH & Co. Vermietungs oHG, Hof beteiligt
- Druck- und Verlagsanstalt „Neue Presse“ GmbH mit 30 % („Neue Presse Coburg“)
- Suhler Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG mit 30 % („Freies Wort“, „Südthüringer Zeitung“, „insuedthueringen.de“)
- Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co. KG mit 23,1 % (u. a. „Hannoversche Allgemeine“, „Neue Presse“, „Leipziger Volkszeitung“, „Kieler Nachrichten“, „Lübecker Nachrichten“, „Ostsee-Zeitung“, „Göttinger Tageblatt“, „Märkische Allgemeine“, rnd.de“)

## GREEN LIFESTYLE

- GLG Green Lifestyle GmbH mit 100%: ist mit 49,9% an der Avocado Store GmbH, 77,3%\* an der ÖKO-TEST AG („ÖKO-TEST MAGZIN“) und mit 73,16% an der Utopia GmbH, diese mit 85% an der SAIM GmbH beteiligt.

\* inklusive von der ddvg direkt gehaltener Aktien

## SERVICE

- ASK Agentur für Sales und Kommunikation GmbH mit 100 %
- Berliner vorwärts Verlagsgesellschaft mbH mit 100 % („vorwärts“, „Demokratische Gemeinde“)
- FFR Ferien-, Freizeit-, Reiseservice GmbH mit 100 %
- IMAGE Ident Marketing Gesellschaft mbH mit 100 %
- Office Consult GmbH mit 100 %
- vorwärts: buchhandlung + antiquariat GmbH mit 20 %

## WEITERE BETEILIGUNGEN

- TP Publishing GmbH (100%) (ohne Geschäftsbetrieb)
- dd\_vg. Rundfunkbeteiligungsgesellschaft mbH mit 100%: ist mit 9,2 % an der Rheinland-Pfälzische Rundfunk GmbH & Co. KG beteiligt
- Dräger + Wullenwever print + media Lübeck GmbH & Co. KG mit 100 %
- Wullenwever print + media Lübeck GmbH mit 100 %
- SEGU GmbH mit 10 %
- tredition GmbH mit 9,9 %

**BILANZPOSTEN UND -KENNZIFFERN**

	2024	2023
Jahresüberschuss / -fehlbetrag (in Mio. Euro)	8,6	2,9
Betriebsergebnis / EBITDA (in Mio. Euro)	0,7	3,7
Eigenkapital (in Mio.)	64,5	59,5
Eigenkapitalquote	65,2%	63,4%
Bilanzsumme (in Mio. Euro)	99,0	93,8
Anlagedeckungsgrad*	115,6%	86,4%
Eigenkapitalrendite nach Steuern	13,3%	4,9%
Gesamtkapitalrendite nach Steuern	8,7%	3,1%
Cashflow aus Investitionstätigkeit (in Mio. Euro)**	25,9	6,8
Guthaben bei Kreditinstituten (in Mio. Euro)	18,4	3,5

\* langfristiges Kapital / langfristig gebundenes Vermögen

\*\* gemäß DRS 21



**Perspektivisch  
werden die meisten  
Regionalverlage  
in den kommenden zehn  
Jahren keine gedruckten  
Tageszeitungen mehr  
anbieten.**



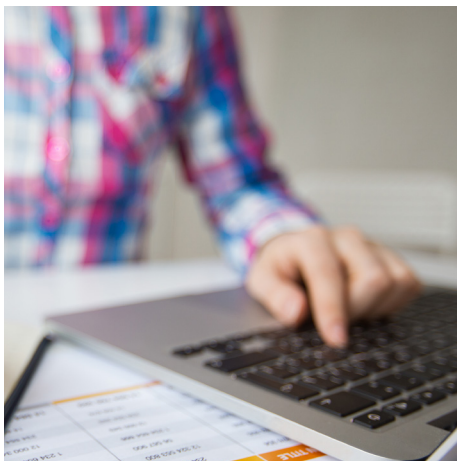
**ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ**

Aktiva (in Mio. Euro)	2024	2023	
<b>Anlagevermögen</b>	<b>59,6</b>	<b>74,2</b>	
Im Wesentlichen: Sachanlagen / Imm. Vermögensgegenstände	0,2	0,2	
Anteile an Verbundenen Unternehmen	20,9	21,0	
Beteiligungen	31,2	39,5	Wertanpassungen / Verkauf Anteile
Ausleihungen	7,3	13,5	laufende Rückzahlung / Umgliederung Forderung
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>39,3</b>	<b>19,6</b>	
Im Wesentlichen: Forderungen gegenüber Verbundenen Unternehmen	2,8	12,2	Umgliederung Forderung / Rückgang Forderungen
Forderungen gegenüber Beteiligungsunternehmen	14,4	2,1	Veräußerung Anteile
Bankguthaben	18,4	3,5	Tilgung ausgereicherter Darlehen
Sonstige Vermögensgegenstände	3,7	1,8	Steuerguthaben
<b>Bilanzsumme</b>	<b>99</b>	<b>93,8</b>	



## ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

Passiva (in Mio. Euro)	2024	2023	
<b>Eigenkapital</b>	<b>64,5</b>	<b>59,5</b>	
Stammkapital	36,0	36,0	
Gewinnvortrag	20,0	20,6	Der Gewinnvortrag ist gesunken, da ein Teil des Gewinnvortrags ausgeschüttet wurde. Die Gewinnausschüttung an die Gesellschafterin betrug 3,6 Mio. €.
Jahresüberschuss	8,6	2,9	
<b>Rückstellungen</b>	<b>5,9</b>	<b>5,2</b>	
für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	4,3	4,6	
Steuerrückstellungen	0,3	0,1	
Sonstige Rückstellungen	1,3	0,5	Rückstellung für Veräußerungskosten.
<b>Verbindlichkeiten</b>	<b>28,6</b>	<b>29,1</b>	
aus Lieferungen und Leistungen	0,1	0,3	
gegenüber Verbundenen Unternehmen	12,2	12,3	
gegenüber Beteiligungsunternehmen	6,7	6,2	
Sonstige Verbindlichkeiten	9,6	10,4	
<b>Bilanzsumme</b>	<b>99,0</b>	<b>93,8</b>	



Die E-Paper stellen mit rund 2,6 Mio. Verkäufen einen zunehmend relevanten Anteil an den Zeitungsauflagen dar.

**ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ**

<b>Erfolgsübersicht (in Mio. Euro)</b>	<b>2024</b>	<b>2023</b>	
Umsätze / Betriebliche Erträge	0,3	0,4	
Beteiligungsergebnis	3,3	7,1	Gewinnthesaurierung bei einer Tochtergesellschaft.
Personalaufwendungen	-1,0	-1,5	Rückgang der Aufwendungen für Pensionsverpflichtungen.
Beraterhonorare	-0,6	-0,7	Die Kosten für externe Berater bleiben stabil.
Sonstige Aufwendungen	-1,2	-1,6	Weniger Spenden und geringere Kosten für Repräsentation.
<b>Betriebsergebnis / EBITDA</b>	<b>0,7</b>	<b>3,7</b>	
Abschreibungen	0,0	-0,1	
Finanzergebnis	8,3	0,2	Erträge aus der Veräußerung von Anteilen übersteigen die gegenläufige Entwicklung durch Abschreibungen auf Beteiligungen.
Steuern	-0,4	-0,9	
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>8,6</b>	<b>2,9</b>	



# WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

## BETEILIGUNGSGESELLSCHAFTEN NACH SPARTEN

*Die Regionalverlage im Portfolio der ddvg zeigen sich trotz eines schwierigen wirtschaftlichen Umfelds erstaunlich robust. Insbesondere die analogen wie digitalen Werbeumsätze sind unter Druck geraten. Gegenläufig ist es gelungen, die Vertriebs Erlöse recht stabil zu halten und kostenseitig erfolgreich gegenzusteuern. Die Probleme bei den (digitalen) Werbeumsätzen sind nicht nur durch die Rezession bedingt: Das immer stärker auf ChatGPT, Perplexity oder ähnliche Anwendungen zurückgreifende Suchverhalten setzt die Werbeumsätze absehbar unter weiteren Druck. Entsprechende Änderungen im Suchverhalten wirken sich auch auf den Funnel zur Abo-Konversion aus. Die Verlage sind deshalb aufgefordert, nicht nur für den eigenen Umgang mit KI-Anwendungen, sondern auch im Hinblick auf KI-induzierte Änderungen der Märkte strategische Antworten zu finden.*

Verlagsgebäude der Madsack Mediengruppe

## REGIONALVERLAGE / VERLAGSGRUPPEN

Das Geschäftsjahr 2024 der Madsack Mediengruppe war geprägt von der Akquisition und Integration der DDV Mediengruppe in den Madsackverbund der **MADSACK Mediengruppe** sowie der weiteren konsequenten digitalen Transformation des publizistischen Kerngeschäfts.

Der Erwerb der DDV Mediengruppe erwies sich auf Konzernebene als bedeutender Wachstumstreiber. Der Konzernumsatz stieg dadurch um 160,2 Mio. € auf 907,3 Mio. € an und übertraf das Vorjahresniveau insofern deutlich. Bereits wenige Monate nach Vollzug der Übernahme zum 1. Mai 2024 profitierte die zur DDV Medien-

gruppe gehörende Sächsische Zeitung in erheblichem Maße von den Skalen-, Effizienz- und Qualitätsvorteilen des starken Regionalverlags-Verbundes. Mit der Transaktion hat MADSACK seine langfristig angelegte Konsolidierungsstrategie im deutschen Tageszeitungsmarkt erneut erfolgreich vorangetrieben – ein Weg, den MADSACK auch künftig durch Akquisitionen, Kooperationen und strategische Partnerschaften konsequent verfolgen wird.

Parallel zur Konsolidierung stand im Geschäftsjahr 2024 bei MADSACK die nachhaltige digitale Transformation des journalistischen Geschäftsmodells im Fokus. Die digitalen Vertriebs-, Werbe- und Lizenzerlöse erreichten konzernweit bereits fast 23 % der Gesamterlöse im publizistischen Kerngeschäft und sollen im Jahr 2025 erneut kräftig wachsen. Die Digitalabonnements lagen Ende 2024 bei 252.375 Abonnements (Digital-Only).

Auch das RedaktionsNetzwerk Deutschland (RND) baute seine Marktposition aus und konnte wieder neue Partnerverlage gewinnen, so dass zum Jahresende über 110 Partnertitel zum Netzwerk gehörten.



Bündelt viele Kompetenzen: das Haus der Presse in Dresden



— Im Geschäftsjahr 2024 hat sich die **Mediengruppe Neue Westfälische** in einem herausfordernden Marktumfeld behauptet. Trotz eines konjunkturbedingt rückläufigen Werbemarktes konnte die Ergebnisentwicklung stabilisiert und die digitale Transformation des gesamten Medienhauses vorangetrieben werden.

Die deutliche Zurückhaltung vieler Werbekunden zeigte sich in allen Rubriken sowohl im klassischen Print- wie im Digitalgeschäft. Zudem erschwert die Dominanz der marktbeherrschenden Online-Konzerne zunehmend die Entwicklung regionaler Angebote für die Werbekunden. Die Mediengruppe hat sich deshalb dazu entschlossen, ihre Vermarktungsaktivitäten in einer gemeinsamen Struktur mit dem wichtigsten Marktbegleiter „Westfalen-Blatt“ zu bündeln. Die Vorbereitungen dazu wurden bis Jahresende abgeschlossen, die operative Tätigkeit der „OWL Media Solutions“ ist zum Jahresbeginn 2025 aufgenommen worden.

Im Lesermarkt konnte der anhaltende Verlust von Print-Abonnements durch ein starkes Wachstum im Bereich E-Paper teilweise kompensiert werden. Die Web-Abos wuchsen ebenfalls stetig, erreichten aber noch nicht die erhoffte Wachstumsdynamik.

Die Beteiligungen an den Lokalradiosendern des Clusters OWL plus verzeichneten erstmals in der Geschichte des NRW-Lokalfunks durchgehend negative Ergebnisse. Ursächlich hierfür waren weitreichende Umstrukturierungsmaßnahmen bei Radio NRW, die zu erheblichen Rückgängen bei den Vergütungen an die lokalen Betriebsgesellschaften führten. Es wird erwartet, dass diese Phase der Konsolidierung bereits 2025 abgeschlossen wird und die Sender dann wieder positive Ergebnisse erwirtschaften.



Das E-Paper der „Neuen Westfälischen“ –

Die Bauarbeiten zur Errichtung eines neuen, zeitgemäßen Medienzentrums in der Innenstadt Bielefelds haben 2024 planmäßig begonnen. Das Projekt verläuft sowohl zeitlich als auch wirtschaftlich im vorgesehenen Rahmen.

— Die **Verlagsgruppe Hof/Coburg/Suhl** hatte im Geschäftsjahr 2024, wie die gesamte Branche, mit der schwierigen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung zu kämpfen: Die Werbevermarktung war weiterhin massiv unter Druck, rückläufige Stellenanzeigen und ein mageres überregionales Geschäft führten zu deutlichen Umsatzrückgängen, die nur teilweise durch regionale und digitale Zuwächse ausgeglichen werden konnten. Durch deutliche Einsparungen bspw. in der Logistik oder bei den Personalkosten (unbesetzte Stellen) sowie diversen einmaligen positiven Effekten wie Rückstellungsaufhebungen konnte das Ergebnis gleichwohl stabilisiert werden. Im Berichtsjahr wurden zahlreiche Maßnahmen ergriffen, die kostenentlastend und effizienzsteigernd wirken, aber vor allem auf die digitale Fokussierung der Unternehmen einzahlen. Hier macht die Verlagsgruppe große Fortschritte. Das Geschäftsjahr war auch geprägt davon, in Südthüringen die Einstellung der Printzustellung der Montagsausgabe zugunsten einer reinen digitalen Belieferung ab Januar 2025 vorzubereiten.



— Die **Cuxhaven-Niederelbe Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG** hat es geschafft, auch das Geschäftsjahr 2024 sehr gut abzuschließen. Wenngleich das klassische Anzeigengeschäft und auch die Print-Vertriebslöse leicht rückläufig

waren, konnte dies in Teilen durch steigende Digitalerlöse ebenso wie ein stabiles Beilagensgeschäft ausgeglichen werden. Das Übrige leisteten über fast alle Positionen geringere Kosten. Diese konnten durch Optimierungen in der Logistik und ein ansonsten konsequentes Kostenmanagement erreicht werden.

## GREEN LIFESTYLE

— Die **ÖKO-TEST-Gruppe** konnte auch im Geschäftsjahr 2024 wieder ein stabiles, deutlich positives Ergebnis erwirtschaften. Der eingeschlagene Weg hin zur digitalen Transformation des Geschäftsmodells trägt weiter Früchte: Die Erlöse aus dem Digitalgeschäft wuchsen sogar in höherem Umfang als erwartet und konnten einen spürbaren Beitrag dazu leisten, schmerzhaft Rückgänge im klassischen Anzeigengeschäft auszugleichen. Zudem konnte die Anzahl der Abonnements einmal mehr gesteigert werden.

Bei den Erlösen aus der Lizenzierung des ÖKO-TEST-Logos wurde im Berichtszeitraum eine deutliche Steigerung gegenüber Vorjahr verbucht – sie bleiben aber auch weiterhin starken Schwankungen unterworfen.

Insgesamt kam die Unternehmensgruppe technisch, organisatorisch und personell ein großes Stück weiter, um ihr strategisches Ziel zu erreichen, mit hochwertigen Testinhalten und Geschichten Deutschlands bedeutendstes Portal für unabhängige Verbraucherinformation und Verbraucheraufklärung zu werden.

— Im Geschäftsjahr wurde die Mehrheit der **Avocado Store GmbH** an die TPG The Platform Group GmbH & Co. KG (TPG) veräußert. Noch im Jahresverlauf wurden Kosteneinsparungen in Folge eines bereits im Februar gestarteten Restrukturierungsprogramms unter der Führung von TPG realisiert. Die Einstellung des Eigenhandels sowie die Aufgabe des bestehenden Lager- und Logistikstandortes haben spürbare positive Effekte in der Bilanz von Avocadostore hinterlassen.

## SERVICE

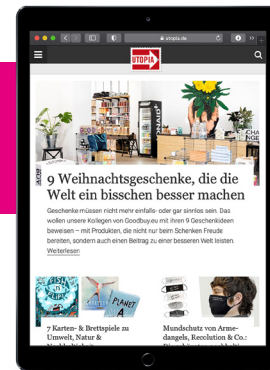
— Im **Bereich Service** konnte das Ergebnis deutlich verbessert werden, wenngleich noch kein vollständig auskömmliches Resultat zu verzeichnen war. Während im IT-Bereich und Werbemittelhandel (aufgrund der vorgezogenen Bundestagswahl) erfreuliche Ergebnisse erreicht werden konnten, war das Agenturgeschäft von Restrukturierungsmaßnahmen belastet.

— Die Erholung des **Tourismusgeschäfts** setzt sich weiter fort. Die Buchungszahlen entwickelten sich wie geplant, jedoch ergab sich eine Schwäche beim Verkauf der Flusskreuzfahrten im Eigenveranstaltungsbereich, so dass Verluste hingenommen werden mussten.

## WEITERE BETEILIGUNGEN

— In dem Segment der **weiteren Beteiligungen** wurde ein Ergebnis auf hohem Niveau realisiert.

Utopia.de – einfach  
nachhaltiger leben



— Für **Utopia** war 2024 ein sehr zwiespältiges Geschäftsjahr: Der gesamte Bereich „Nachhaltigkeitsberatung“ wurde in die Tochtergesellschaft SAIM GmbH ausgegliedert. Dieser Bereich entwickelte sich weitgehend wie geplant. Allerdings zeigten sich die Kunden zum Jahresende zunehmend verunsichert angesichts der Diskussionen um das von der EU-Kommission geplante Omnibus-Paket, das sich auch auf die Verpflichtung zur CSRD-Berichterstattung von Unternehmen auswirken würde. Das Kerngeschäft unter der Marke Utopia hingegen kam im Geschäftsjahr 2024 unter Druck, da schwankende Reichweiten und strukturelle Herausforderungen in der Eigenvermarktung zu spürbaren Umsatzausfällen in der Werbevermarktung führten. Diese Entwicklung machte eine Auseinandersetzung mit dem Markenkern von Utopia ebenso wie mit der hieraus abzuleitenden strategischen Ausrichtung der Plattform utopia.de erforderlich.

Die Diskussionen hierzu wurden bei Weitem noch nicht abgeschlossen. Festgelegt wurde aber bereits das Ziel, sich unabhängiger von Google und Co. aufzustellen. Ein erster Schritt hierzu war, eine neue Social-Media-Strategie zu entwickeln und umzusetzen. Hierdurch wurde mit dem Bau einer weiteren Erlössäule begonnen, die absehbar eine nennenswerte Größe erreichen soll.



# 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.

Die Geschäftsführung der ddvg arbeitet im Rahmen der Unternehmensverfassung in eigener Verantwortung. Der Aufsichtsrat des Unternehmens überwacht die Geschäftsführung und berät den Generaltreuhänder.

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

## AUFSICHTSRAT\*\*:

Daniel Gahr

Verena Hubertz

Kevin Kühnert (beratend) bis 7. Oktober 2024

Nadja Lüders

Dietmar Nietan (Vorsitzender)

Dr. Katja Pähle

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.*

*\*\* Zusammensetzung des Aufsichtsrats im Jahr 2024*

# 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

18  
63



## SOCIAL-DEMOKRAT

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



18  
64

## 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



18  
69

## LOKALE PARTEIBLÄTTER

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



Sozialdemokratischer  
Vereinigungsparteitag in Gotha  
vom 22. bis 27.5.1875

18  
74

## HAMBURG-ALTONAER VOLKSBLATT

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



18 18  
75 75

## VEREINIGUNG ZUR SAP

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

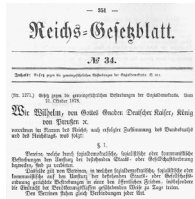
18  
76

## 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 gemein-gefährlichen 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.

## DER SOZIALDEMOKRAT

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

## VERLAG J. H. W. DIETZ

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

Verlagsgründer  
Johann Heinrich Wilhelm  
Dietz, 1863

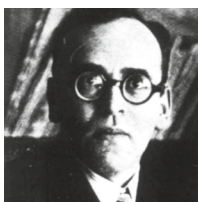


## SAP ERSTMALS STÄRKSTE PARTEI

Bei den Reichstagswahlen vom 20. Februar 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).



Bruno Schönlink, ca. 1900



18  
77

## SOZIALDEMOKRATISCHE BLÄTTER

Neben dem „Vorwärts“ existieren weitere 41 sozialdemokratische Blätter.

18  
78



Wilhelm Bloß,  
1891

18 18  
79 79

## DER WAHRE JACOB

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

18  
81



Führende Mitglieder der  
Sozialdemokratischen Partei  
Deutschland (SPD)  
um 1900

18 18  
90 90

## 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.



Magdeburger  
Volksstimme  
Redaktion

18  
91

18  
94

## 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.

**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

**REVISION**

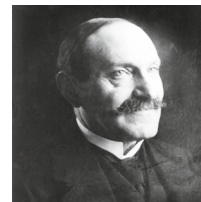
Eine Revision des Parteivorstands ergibt, dass jedes Parteiunternehmen irgendwann von der Partei mitfinanziert worden ist, insgesamt wurden bis dato 2,4 Mio. Goldmark aufgewendet.

**ENTEIGNUNG**

Nach dem Reichstagsbrand vom 28. Februar werden die bürgerlichen Grundrechte und die Pressefreiheit aufgehoben („Reichstagsbrandverordnung“). Am 10. Mai 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  
0819  
1719  
1919  
2219  
25

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.

**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.*

19  
33**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 Treuhanderklärungen 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

## HANNOVERSCHER PRESSE

Am 18. Juli 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 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 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.



## MAUERBAU

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



## 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.



## GRÜNDUNG DER DDVG

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

**dd.vg** ■■■

19  
55

19  
59

19  
61

19  
65

19  
67

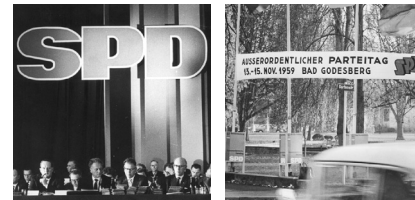
19  
70

19  
71

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

## GODESBERGER PROGRAMM

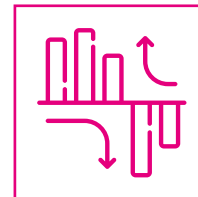
Mit dem Godesberger Programm entwickelt sich die SPD programmatisch von der Klassenpartei zur Volkspartei.



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

## 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.



## ZENTRALISIERUNG

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



### 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.



1972

### 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.



1974

### EINZELGESELLSCHAFTERIN

Die ddvg wird (heute) größte Einzelgesellschafterin bei der Verlagsgesellschaft Madsack (HAZ).

**MADSACK**   
MEDIENGRUPPE

1975

1980

### HAMBURGER MORGENPOST

Verkauf der „Hamburger Morgenpost“.



1986

1989

### 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

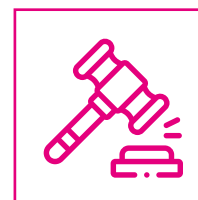
## VERKAUF DER MEHRHEIT

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





### INSOLVENZVERFAHREN

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



### BETEILIGUNG

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



### 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.



### DDV MEDIENGRUPPE

DDV wird 100%ige Tochter der Verlagsgesellschaft Madsack – die ddvg bleibt somit (mittelbare) Gesellschafterin.

20  
09

### GLOBALE FINANZKRISE

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

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.



20  
16

20  
19

### DIGITALE BETEILIGUNGEN

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



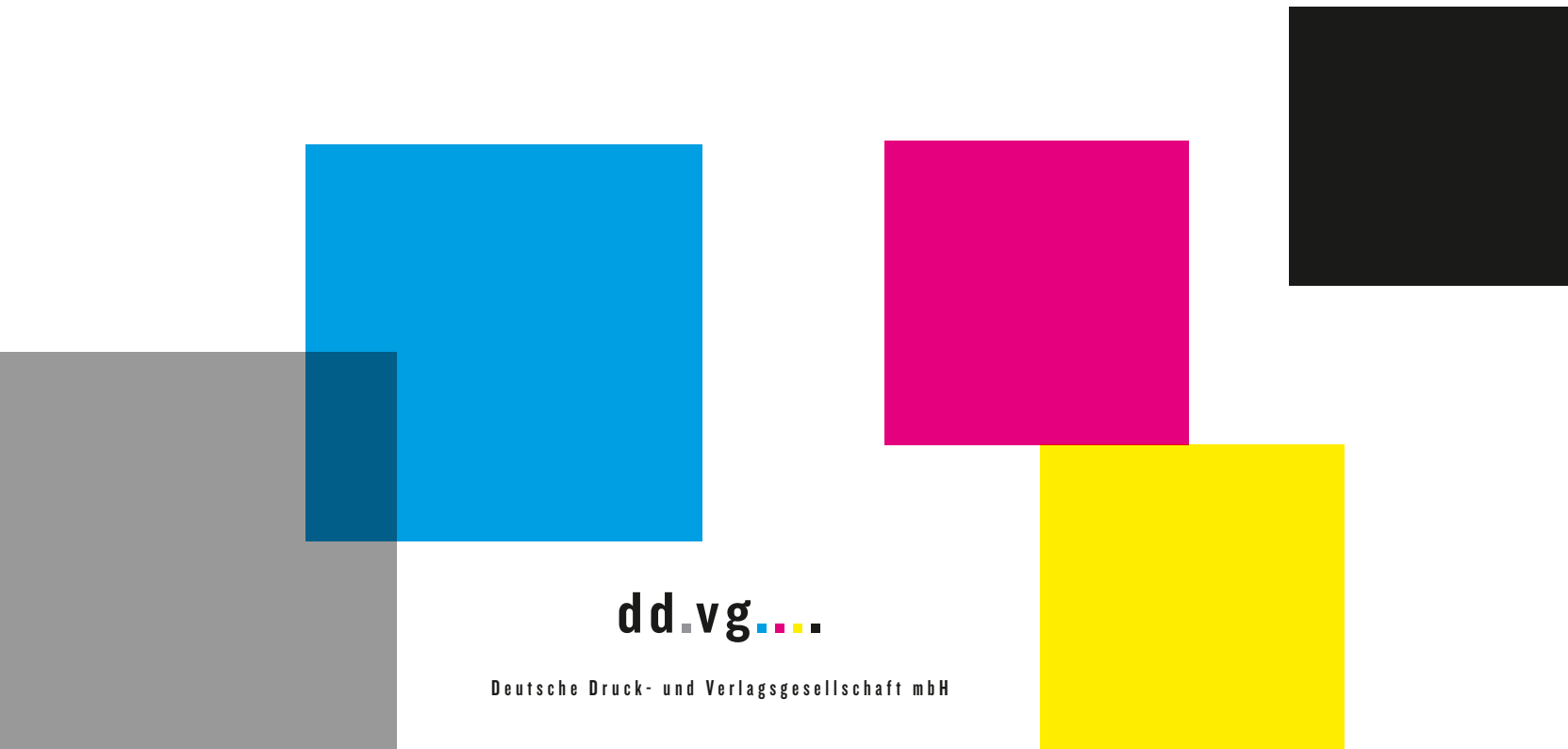
20  
20

20  
21

dd.vg

Umzug der ddvg nach Berlin.

20  
24



dd.vg. ■ ■ ■ ■ ■

Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH