



Geschäftsbericht 2000/01

Bertelsmann auf einen Blick

		2000/01 Mio.€	1999/00 Mio.€	1998/99 Mio.€	1997/98 Mio.€	1996/97 Mio.€
Geschäftsentwicklung im Konzern	Konzernumsatz	20.036	16.524	13.289	11.738	11.460
	Cash Flow	663	1.317	924	962	990
	Investitionen	3.268	2.049	2.398	726	1.378
	Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	2.292	1.100	897	840	786
	Jahresüberschuss nach Steuern	970	672	465	573	523
	Bilanzsumme	17.551	14.692	10.070	7.041	6.931
	Personalaufwand	4.782	3.755	3.201	2.752	2.605
Mitarbeiter (Stand: 30. Juni 2001)	Inland	32.143	30.984	26.637	24.078	23.371
	Ausland	50.019	45.273	39.802	34.341	33.339
	Gesamt	82.162	76.257	66.439	58.419	56.710
Kapitalverhältnisse im Konzern	Aktienkapital					
	Bertelsmann Stiftung 71,2%	330	330	330	330	330
	Familie Mohn 21,4%	99	99	99	99	99
	ZEIT-Stiftung 7,4%	34	34	51	51	51
	Rücklagen der Aktionäre	463	463	480	480	480
	Genusskapital	1.456	1.212	1.109	834	651
	Kapitalanteile der Mitgesellschafter	706	687	687	667	641
	Gesamteigenkapital	1.876	1.276	458	372	371
	in Prozent der Bilanzsumme	4.501	3.638	2.734	2.353	2.143
	26	25	27	33	31	
Konzern- Jahresüberschuss	Konzern-Jahresüberschuss	970	672	465	573	523
	Anteil der Aktionäre					
	für Ausschüttungen verwendet	50	88	68	61	60
	Rücklagenbildung/-auflösung	641	265	189	305	277
	Anteile der Mitgesellschafter	691	353	257	366	337
	Genussrechtsdividende (18,51%)	184	243	132	133	114
	Gewinnbeteiligung der Mitarbeiter (im Jahresüberschuss verrechnet)	95	76	76	74	72
	Gewinnbeteiligung der Mitarbeiter (im Jahresüberschuss verrechnet)	45	55	52	58	80

	Thomas Middelhoff:
	2 Brief des Vorstandsvorsitzenden
	8 Vorstand
Geschäftsjahr 2000/01	10 Lagebericht
	24 Mitarbeiter und Gesellschaft
Unternehmensbereiche	26 RTL Group
	32 Random House
	38 Gruner + Jahr
	44 BMG
	50 BertelsmannSpringer
	54 Arvato
	60 DirectGroup
Aufsichtsrat	66 Aufsichtsrat
	67 Bericht des Aufsichtsrates
	68 Corporate Governance bei Bertelsmann
Konzernabschluss zum 30. Juni 2001	71 Konzernbilanz
	72 Gewinn- und Verlustrechnung
	73 Kapitalflussrechnung
	74 Anhang
	95 Organisation des Hauses

Geschäftsbericht

vom 1. Juli 2000 bis 30. Juni 2001



*Sehr verehrte Damen und Herren,
liebe Freunde von Bertelsmann,*



Dr. Thomas Middelhoff
Vorsitzender des
Vorstandes
der Bertelsmann AG

in wenigen Minuten landen wir in New York. Eigentlich fliege ich dorthin fast jede zweite Woche – daran ist nichts ungewöhnlich. Und dennoch ist dieses Mal alles anders. Noch immer ist die Tragödie, die sich im World Trade Center und im Pentagon abgespielt hat, nicht in Worte zu fassen, noch immer habe ich das Bild der einstürzenden Gebäude vor mir und die sofortige Sorge: Was ist mit unseren Leuten – insgesamt 9.000 – in Manhattan?

Die Nachricht erreicht mich, während ich den Mitarbeitern in Gütersloh über die aktuelle Lage bei Bertelsmann berichte. Meine Sekretärin bringt mir einen Zettel auf die Bühne, ich lese die Meldung vor, Entsetzen und Schock machen sich breit. Zurück im Büro ist bereits mein Kollege Rolf Schmidt-Holtz am Telefon. Er leitet BMG in New York. Es scheint, als seien wir bei Bertelsmann in New York mit dem Schrecken davongekommen. Gott sei Dank bestätigt sich diese Nachricht im Laufe der nächsten Stunden und Tage. Während uns das Fernsehen das furchtbare Ausmaß der Katastrophe vor Augen führt, richten wir in Gütersloh und New York eine Task Force ein, die sich um die Mitarbeiter kümmert. Im Vorstand entscheiden wir über eine Spende für die Hinterbliebenen der Feuerwehrleute, Polizisten und Rettungshelfer, die bei ihrem Einsatz ihr Leben verloren haben. Hunderte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter schreiben mir und fragen, wie sie helfen können. Elsnerdruck in Berlin spendet spontan 10.000 DM, die ursprünglich für ein Betriebsfest vorgesehen waren. Aus der ganzen Bertelsmann-Welt erreichen mich Hilfsangebote. Die Welle der Solidarität, die durch unser Unternehmen geht, ist unbeschreiblich. Über Länder- und Firmengrenzen hinweg sind alle zusammengerückt, um ihre Unterstützung zu bekunden. Für mich ist dies Ausdruck einer intakten Unternehmenskultur, auf die wir alle sehr stolz sind. Kein Satz kam in den Mails an mich so häufig vor wie dieser: „I am proud to work for this company!“

Ich lande in White Plains, außerhalb von New York. Noch immer sind die Flughäfen der Stadt gesperrt. Auf dem Weg in unser Firmengebäude am Times Square erinnere ich mich an eine Mail, die mir Marvelene Lindsay von Sonopress in Weaverville geschrieben hat: „Dieser Angriff ist ein Angriff auf uns alle.“ Das empfinden auch die Kolleginnen und Kollegen in unserer New Yorker Zentrale, mit denen ich kurz nach meiner Ankunft spreche. Nach wie vor sitzt der Schock tief, aber es macht sich auch der feste Wille breit, Hass und Gewalt auf dieser Welt keine Chance zu geben. Unter Führung unserer Bereiche startet Bertelsmann eine Kampagne, die dieses Ziel verfolgt: „Für Freiheit und Menschlichkeit, gegen Hass und Terror.“ Als Medienunternehmen, das in 56 Ländern tätig ist, sind wir uns unserer Verantwortung bewusst.

Trotz der Trauer, die wir alle empfinden und die uns nicht loslassen wird, müssen wir uns auf unsere Aufgaben konzentrieren und weiter unser internationales Geschäft betreiben. Sonst würde der Terrorismus siegen. In dieser Analyse stimme ich mit dem New Yorker Bürgermeister Rudolph Giuliani überein. Die Menschen in dieser schwer getroffenen Stadt lassen sich nicht unterkriegen ...

Neues Rekordergebnis
unter schwierigen
konjunkturellen
Rahmenbedingungen

Ich fliege über Gütersloh nach Hamburg, München und weiter nach London, Barcelona, Paris und wieder zurück nach New York, um an unseren wichtigsten Standorten über die Entwicklung des Unternehmens zu berichten. Das erste Mal führen wir diese Veranstaltung international durch – und das Interesse ist enorm! Ich erreiche mehr als 12.000 unserer 82.000 Mitarbeiter persönlich! Es ist für mich wichtig, alle auf den gleichen Informationsstand zu bringen und zu erfahren, was in den Bertelsmann-Firmen weltweit über unsere Fortschritte gedacht wird. Mehr denn je brauchen wir diesen Informationsaustausch und die Vernetzung unserer Geschäftsbereiche und Firmen weltweit. Nur so können wir unsere Stärken wirklich nutzen und den geänderten Kundenansprüchen gerecht werden.

Ich habe viel zu berichten: angefangen von der Bertelsmann Excellence Initiative, mit der wir unsere Arbeitsabläufe weiter verbessern und hohe Ertragsziele erreichen wollen, über den Neuanfang und die umfassende Restrukturierung von BMG, das Erreichen des Wendepunktes bei den Clubgeschäften bis hin zu unserem Geschäftsergebnis. Das ist vor allem ein Verdienst der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zu denen ich spreche: Bertelsmann hat sich beachtlich weiterentwickelt und dabei ein neues Rekordergebnis erzielt – und das in einer turbulenten Zeit mit schwierigen konjunkturellen Rahmenbedingungen: Der Umsatz stieg um 21 Prozent auf 20 Mrd. €; unser Ergebnis (vor Steuern, Zinsen und Firmenwertabschreibungen) hat sich um 79 Prozent auf 3,17 Mrd. € gesteigert.

Betrachtet man die vergangenen drei Jahre, so haben wir den Umsatz nahezu verdoppelt und das Ergebnis mehr als verdreifacht. Für mich besonders eindrucksvoll und bezeichnend für den enormen Wandel, den wir vollzogen haben: Die Hälfte unseres Unternehmenswertes besteht heute aus Geschäften, die es vor 1995 noch nicht gab! Das löst selbst bei den Mitarbeitern großes Erstaunen und Beifall aus. Die unglaubliche Dynamik der Medienbranche ist spannend und begeistert uns alle immer wieder aufs Neue.

Die Hälfte unseres Unternehmenswertes besteht heute aus Geschäften, die es vor 1995 noch nicht gab!

Gleichzeitig haben wir uns weiter auf unsere Stärken konzentriert: Bertelsmann ist zu einem Global Player unter den Inhaltenanbietern geworden. Im Jahr 1985 lag der Anteil unserer Inhaltegeschäfte am Gesamtumsatz bei 30 Prozent, heute sind es bereits mehr als 60 Prozent – Tendenz steigend. Allein in den vergangenen Jahren hat Bertelsmann rund 3 Mrd. € in die Inhaltegeschäfte investiert! Ob Printmedien, Musik, Film, Fernsehen, Video oder DVD: Bertelsmann vereint die gesamte Angebotspalette unter einem Dach. Wir sind damit unserem Ziel, ein integriertes Medienunternehmen zu werden, ein ganzes Stück näher gekommen: Einerseits generieren wir attraktive Inhalte und bringen Talente zur Entfaltung, andererseits pflegen wir eine intensive, vertrauensvolle Bindung zu unseren Kunden, Clubmitgliedern und Abonnenten.

Strategische Ausrichtung auf Zukunftsmärkte

■ Besonders im Radio- und Fernsehgeschäft konnten wir durch den Erwerb der Mehrheitsanteile an der RTL Group unsere Position als treibende Kraft im Zukunftsmarkt Fernsehen weiter festigen. Das Fernsehgeschäft steht sowohl strategisch als auch vom wirtschaftlichen Erfolg her an der Spitze des Gesamtunternehmens. Für Bertelsmann war dies ein firmenhistorisch bedeutsamer Schritt. Er wird die Zukunft unseres Unternehmens nachhaltig prägen; darüber bin ich mir mit Reinhard Mohn einig. Wieder einmal war ich fasziniert von seiner Bereitschaft, immer wieder in neuen Dimensionen zu denken und das Bisherige auf den Prüfstand zu stellen. Die RTL-Anteile haben wir durch einen Aktientausch mit der Groupe Bruxelles Lambert (GBL) erhalten. GBL bekam im Gegenzug einen Anteil von 25,1 Prozent an der Bertelsmann AG – davon 0,1 Prozent ohne Stimmrecht. Diesen Anteil kann GBL in drei bis vier Jahren an die Börse bringen. Mit dem Börsengang stehen wir unter zusätzlicher externer Kontrolle. Und das ist gut so. „Going public“ wird uns anspornen, noch effizienter und zielgerichteter zu arbeiten. Deshalb bereiten wir uns bereits jetzt auf den Börsengang vor: durch die Umstellung der betriebswirtschaftlichen Steuerungsgrößen, durch die Anpassung des Geschäftsjahres an das Kalenderjahr, aber auch durch den Aufbau von Investor Relations. Wir sind damit bereits ein ganzes Stück transparenter und öffentlicher geworden.

Apropos Börse: Im Flugzeug nach London lese ich in der Presse über den schweren Stand der New Economy an den Technologiebörsen weltweit. Dort wird das „Ende der Internet-Träume“ verkündet. Im Gegensatz dazu sind im Mediengeschäft die „Träume“ bereits Realität geworden: Das Internet ist für ein Medienunternehmen heute unverzichtbar. Unabhängig vom Stand der New Economy an der Börse gehört es in allen unseren Unternehmensbereichen inzwischen zum täglichen Geschäft. Mit unseren eCommerce-Geschäften und Webangeboten erreichen wir zusammen mit unseren Partnern monatlich 41 Millionen Unique Visitors (Juni 2001). Gemeinsam mit AOL Time Warner liegen wir damit weit vor allen anderen Wettbewerbern.

Die DirectGroup gibt dem traditionsreichen Clubgeschäft mit einer wachsenden Verzahnung von On- und Offline-Welt neue Impulse. Die Kunden bekommen Medienprodukte über alle denkbaren Kanäle bereitgestellt. Aus der Bündelung des Online-Musikhändlers CDNOW und des Musikclubs BMG Music Service ist der weltweit größte Musikvertrieb Bertelsmann Music geworden. Bei Bertelsmann-Springer ist die Online-Verfügbarkeit der Fachzeitschriften vorbildlich. Rund Dreiviertel der Bücher unserer Verlagsgruppe Random House liegen inzwischen in digitalisierter Form vor und könnten als eBooks oder in kleinen Auflagen als Books-on-demand vertrieben werden. Die RTL Group zählt zu den führenden Playern in der europäischen Online-Welt. Durch eine effiziente Verknüpfung des TV- und Radiogeschäftes mit Programmproduktion und Internet-Aktivitäten hat es die RTL Group geschafft, ihre starken Sender und Programm-Marken weiter auszubauen und vielfältige Synergie- und Cross-Promotion-Potenziale zu nutzen.

**Das Internet ist
für ein Medienunternehmen
heute unverzichtbar.**

**File-Sharing: Fester
Bestandteil der
künftigen Medienwelt**

Wir sind früher als die meisten unserer Mitbewerber im Internet aktiv geworden, haben Erfahrungen gesammelt und reale Werte geschaffen. Wir haben uns klar fokussiert: Der Medien-eCommerce, nicht das Internet-Zugangsgeschäft, steht im Mittelpunkt unseres geschäftlichen Interesses. Salopp ausgedrückt: Wir bieten den Wein an, nicht die Schläuche. Deshalb haben wir das Internet in alle Stammgeschäfte integriert, vielfältige eCommerce-Geschäfte aufgebaut und uns zugleich aus dem Joint Venture AOL Europe sowie aus der Netzwerkfirma mediaWays zurückgezogen – jeweils zum Höhepunkt der Börsenbewertung. Jetzt können wir mit dem gewonnenen Know-how und den Veräußerungsgewinnen in unsere Stammgeschäfte investieren und neue wettbewerbsfähige Internet-Aktivitäten entwickeln.

Zum Beispiel File-Sharing: Diese Technologie wird ein fester Bestandteil der künftigen Medienwelt sein. Durch unsere strategische Partnerschaft mit Napster haben wir uns einen wichtigen Vorsprung geschaffen. Menschen, die Musik, Bücher und Filme lieben, wollen diese mit anderen teilen. Das war eigentlich schon immer so. Durch die Digitalisierung ist es aber erheblich einfacher geworden. Es reicht ein Mausklick. Mein Sohn Frederik kann sich eine Welt ohne digitale Dateien schon gar nicht mehr vorstellen. Ich habe ihm erzählt, wie die Zukunft aussehen wird: Jeder hat sein eigenes digitales Media Center im Internet, einen sogenannten „Digital Locker“. Dort kann man dann seine eigene digitale Musik-, Film- oder Büchersammlung ablegen. Egal, wo ich bin weltweit: Ich habe von überall her Zugriff auf mein Media Center. Frederik findet das „richtig klasse“. Ich auch.

„Klasse“ ist übrigens auch unser neues Erscheinungsbild, das wir im Juli eingeführt haben. Von Gütersloh über New York bis Shanghai erscheint Bertelsmann jetzt in einem frischen blau-orangen Outfit, das Qualität und Excellence signalisiert. Gleichzeitig war dies der Auftakt zu einem umfassenden Corporate-Branding-Prozess, der das Profil unseres Unternehmens schärfen und damit die Dachmarke Bertelsmann stärken soll. Insbesondere für den

**Im Rahmen unserer Aktion
„Alle ins Netz!“ haben wir inzwischen
den 50.000sten Computer ausgeliefert.**

Personal- und Finanzmarkt brauchen wir noch deutlichere Konturen. Damit beschäftigte sich auch die Bertelsmann University „Content Meets Marketing“, diesmal in New York. Über 300 Teilnehmer beschäftigten sich mit der Frage, wie wir die Zugkraft unserer starken Marken auf allen Plattformen nutzen können. Wir haben unterneh-

mensweite Synergien identifiziert und darüber diskutiert, wie sie am besten umzusetzen sind. Das Bertelsmann Content Network, erst vor einem Jahr gegründet, leistet in vielen Fällen Unterstützung und agiert als Katalysator für Kooperationen der Unternehmensbereiche. Ebenfalls neu ist das Marketing Synergy Committee, das die Vernetzung unserer Inhalte-Marken sowie Cross-Promotion und Cross-Selling-Projekte realisiert.

Erfolgreiche Weiterentwicklung der Unternehmenskultur

Zurück in Gütersloh erreicht mich eine fantastische Nachricht: Im Rahmen unserer Aktion „Alle ins Netz!“ haben wir inzwischen den 50.000sten Gratis-Computer ausgeliefert. Das ist wirklich großartig! Bertelsmann hat allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die dies wollten, ein hochwertiges Computerpaket inklusive Internet-Anschluss zur Verfügung gestellt – weltweit. Das originellste der zahlreichen Dankeschreiben kam von Offset Paperback Manufacturers aus Dallas, Pennsylvania. Über 900 Mitarbeiter unterzeichneten die plakatgroße Thank-You-Karte mit den Worten: „We are grateful and excited about the opportunity to enter the digital world.“ Ein Dank vor allem an unsere partnerschaftliche Unternehmenskultur.

Für die Weiterentwicklung dieser besonderen Kultur haben wir in diesem Jahr besonders viel getan, fast möchte ich sagen, so viel wie noch nie. Im letzten Jahr habe ich mir vorgenommen, die Gewinnbeteiligung für Mitarbeiter weltweit einzuführen. Damit haben wir in Europa erfolgreich begonnen. Der nächste Schritt werden die USA sein. Und zwar schon in den nächsten Monaten.

Wir wollen, dass sich alle Mitarbeiter eingebunden bzw. zugehörig fühlen und in der Lage sind, Impulse zu geben. Deshalb haben wir die Möglichkeiten des internen Austauschs verbessert. Beispielsweise durch unser zweisprachiges Firmen-Intranet – das BeNet.

Die Vorzüge unserer Unternehmenskultur kommen übrigens auch beim Nachwuchs gut an. Unsere erste groß angelegte Personal-Imagekampagne hat dies deutlich gezeigt. Bertelsmann ist nach neuesten Umfragen einer der attraktivsten Arbeitgeber unter den High Potentials und Young Professionals. Eine Bewerberin, die gute Aussichten auf eine spannende Stelle in unserer Unternehmensentwicklung hat, schreibt uns: „Die Bertelsmann-Kultur ist wirklich einzigartig. Unternehmerischen Freiraum zu haben in einem so innovativen Umfeld muss jeden begeistern, der eigene Ideen hat.“

Sie sehen, das Geschäftsjahr 2000/01 war für uns insgesamt erfolgreich. Mein Dank geht an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die durch ihre großen Anstrengungen und Leistungen daran mitgewirkt haben.

In den Vorstand hinzugekommen sind Arnold Bahlmann, der die Führung des neu geschaffenen Bereiches „Bertelsmann Capital“ übernommen hat, sowie Peter Olson, dem im April die Verantwortung für alle Buchverlage übertragen wurde. Rolf Schmidt-Holtz hat das schwere Erbe von Rudi Gassner als Chairman und CEO von BMG angetreten, nachdem dieser im Dezember letzten Jahres plötzlich und unerwartet verstorben war. Rudi Gassners Tod war für uns ein großer menschlicher und unternehmerischer Verlust.

Joel Klein steht seit Februar an der Spitze von Bertelsmann Inc. in den USA. Mit diesem kompetenten internationalen Team sind wir bestens auf die kommenden Geschäftsjahre vorbereitet.

A handwritten signature in blue ink that reads "Ihr Thomas Middelhoff". The signature is written in a cursive, flowing style.

Thomas Middelhoff

Geboren am 28. November 1952
in Köln, Mitglied des Vorstandes
der Bertelsmann AG seit 1. Januar
2001, Leiter des Bereiches
Bertelsmann Capital, Gütersloh,
München und New York

Dr. Thomas Middelhoff

Geboren am 8. November 1957
in Wuppertal, Mitglied des
Vorstandes der Bertelsmann AG
und Vorsitzender des Vorstandes
der Gruner + Jahr AG seit
1. November 2000, Hamburg

Dr. Siegfried Luther



Geboren am 11. Mai 1953
in Düsseldorf, Vorsitzender des
Vorstandes der Bertelsmann AG
seit 1. November 1998,
Gütersloh und New York

Dr. Arnold Bahlmann

Geboren am 2. Oktober 1953
in Nordhorn, Mitglied des
Vorstandes der Bertelsmann AG
seit 1. Januar 1998, Leiter der
DirectGroup Bertelsmann,
Gütersloh

Dr. Bernd Kundrun

Geboren am 5. August 1944
in Hobeck, Mitglied des Vor-
standes der Bertelsmann AG
seit 1. Juli 1990, Finanzvor-
stand und in Personalunion
Leiter des Corporate Center
der Bertelsmann AG,
Gütersloh

Geboren am 1. Mai 1950 in Chicago, Mitglied des Vorstandes der Bertelsmann AG seit 1. April 2001, Chairman und Chief Executive Officer von Random House Inc., New York

Hartmut Ostrowski

Geboren am 31. August 1948 in Martinsreuth, Mitglied des Vorstandes der Bertelsmann AG seit 1. Juli 2000, Chairman und Chief Executive Officer der Bertelsmann Music Group (BMG), Chief Creative Officer der Bertelsmann AG, Hamburg und New York

Dr. Gunter Thielen



Peter Olson, J.D./MBA

Geboren am 25. Februar 1958 in Bielefeld, stellvertretendes Mitglied des Vorstandes der Bertelsmann AG seit 1. Oktober 2001, Mitglied des Vorstandes der Bertelsmann Arvato AG, Gütersloh

Rolf Schmidt-Holtz

Geboren am 4. August 1942 in Quierschied, Mitglied des Vorstandes der Bertelsmann AG seit 1. Juli 1985, Vorsitzender des Vorstandes der Bertelsmann Arvato AG, Gütersloh

Gerd Schulte-Hillen

Geboren am 1. Oktober 1940 in Menden, Stellvertretender Vorsitzender des Vorstandes der Bertelsmann AG und Vorsitzender des Vorstandes Gruner + Jahr AG bis 31. Oktober 2000, Hamburg

Dr. Michael Domemann

Geboren am 3. Oktober 1945 in Frankfurt, Mitglied des Vorstandes der Bertelsmann AG bis 31. Dezember 2000, Chairman der Bertelsmann Music Group (BMG) bis 31. März 2001, New York

Frank Wössner

Geboren am 29. März 1941 in Berlin, Mitglied des Vorstandes der Bertelsmann AG und Vorsitzender des Vorstandes der Bertelsmann Buch AG bis 31. März 2001, Gütersloh und München

High Speed, High Trust – Bertelsmann im Wandel



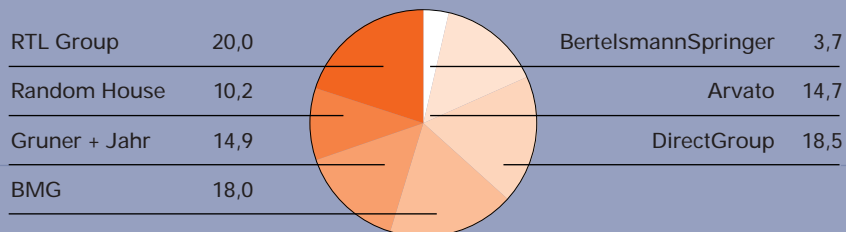
Lagebericht

Der Umsatz von Bertelsmann stieg im Geschäftsjahr 2000/01 um 21 Prozent auf 20,0 Mrd. € (Vorjahr: 16,5 Mrd. €). Er wurde zu nahezu gleichen Teilen in Deutschland, den übrigen europäischen Ländern und den USA erwirtschaftet. Der Jahresüberschuss legte um 44 Prozent auf 970 Mio. € zu, das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Firmenwertabschreibungen verbesserte sich um 79 Prozent auf 3,17 Mrd. €. Die Zahl der Beschäftigten betrug zum Geschäftsjahresende 82.162, ein Zuwachs von 5.905.

Durch die erstmals ganzjährige Konsolidierung der RTL Group wuchs der Umsatz um 1,4 Mrd. €, durch Akquisitionen ebenfalls um 1,4 Mrd. € und durch Wechselkurseffekte um 0,7 Mrd. €. Organisches Wachstum unter anderem bei der RTL Group, der zum Mediendienstleister Arvato gehörenden Services Group und Random House wurde durch Umsatzrückgänge bei der BMG kompensiert. Die Bilanzsumme hat sich gegenüber dem Vorjahr um 20 Prozent auf 17,6 Mrd. € erhöht. Die Investitionen haben mit 3,27 Mrd. € (Vorjahr: 2,05 Mrd. €) ein Rekordniveau erreicht.

Umsatz der Unternehmensbereiche
in Mio. €

	Gesamt		Inland		Ausland	
	2000/01	Veränderung	2000/01	Veränderung	2000/01	Veränderung
RTL Group	4.079	2.414	2.155	1.075	1.924	1.339
Random House	2.074	176	177	-1	1.897	177
Gruner + Jahr	3.027	96	1.185	-40	1.842	136
BMG	3.664	-302	428	-54	3.236	-248
BertelsmannSpringer	749	65	395	8	354	57
Arvato	2.992	437	1.575	124	1.417	313
DirectGroup	3.767	591	484	16	3.283	575
Gesamtumsatz	20.352	3.477	6.399	1.128	13.953	2.349
Sonstige	406	151	126	28	280	123
Innenumsatz	-722	-116	-386	-69	-336	-47
Außenumsatz	20.036	3.512	6.139	1.087	13.897	2.425



Anteil der Unternehmensbereiche am Gesamtumsatz in Prozent



Umsatz nach Unternehmensbereichen
Fernsehgeschäft mit wachsendem Gewicht

Die RTL Group kam mit ihren 23 Fernsehsendern und 17 Radiostationen in zehn Ländern auf einen Umsatz von 4,1 Mrd. € (Vorjahr: 1,7 Mrd. €; sechs Monate konsolidiert). Der RTL-Umsatz legte im Bertelsmann-Geschäftsjahr 2000/01 unter Einschluss der Übernahme von FremantleMedia (früher: Pearson TV) auf 12-Monats-Basis gerechnet um 32,4 Prozent zu. Die wichtigsten Sender der Gruppe konnten ihre führenden Positionen auf den Zuschauer- und Werbemärkten behaupten, bei Produktion und Sportrechtehandel baute das börsennotierte Unternehmen seinen starken Marktauftritt weiter aus. Serien, Shows und Produktionen wurden in mehr als hundert Länder verkauft.

Die Buchgruppe Random House konnte ihre Position als weltweit führender Publikumsverlag ausweiten. Trotz stagnierender Buchmärkte in den USA und Deutschland kletterte der Umsatz von Random House um 9,3 Prozent auf 2,1 Mrd. € (vergleichbare Vorjahreszahl: 1,9 Mrd. €). Im vorigen Geschäftsjahr hatte das Bertelsmann-Buchgeschäft unter Buch AG firmiert und außer den Publikumsverlagen noch die mittlerweile der DirectGroup Bertelsmann zugeordneten Clubs beinhaltet. Die Verlage der Random House-Gruppe konnten in diesem Jahr mit rund 8.000 Neuerscheinungen, zahlreichen Literaturpreisen für ihre Autoren und mehr Bestsellern als je zuvor aufwarten.

Gruner + Jahr, größtes Zeitschriftenhaus Europas, steigerte seinen Umsatz trotz starker Anzeigenrückgänge im zweiten Halbjahr um 3,3 Prozent auf 3,0 Mrd. € (Vorjahr: 2,9 Mrd. €). Erfolgreiche Zeitschriftenkonzepte wurden weiter internationalisiert, etwa mit *Capital* in Spanien, *Gala* in Russland und Polen oder *National Geographic* in den Niederlanden. Auf dem US-Markt stieg Gruner + Jahr mit dem Erwerb der *Wirtschaftstitel Inc.* und *Fast Company* in die Riege der fünf größten Magazinverlage auf. Das Flaggschiff *stern* konnte seine Führungsposition als reichweitenstärkstes aktuelles Wochenmagazin in Deutschland ausbauen, und die im Frühjahr 2000 eingeführte *Financial Times Deutschland* ist im Markt etabliert.

	2000/01	Veränderung		Anteile in %
Deutschland	6.139	1.087		30,6
Übrige europäische Länder	6.309	1.578		31,5
USA	6.446	878		32,2
Sonstige Länder	1.142	-31		5,7

Umsatz nach Regionen in Mio. €

Die Bertelsmann Music Group (BMG) erlebte ein Jahr des Neuanfangs. Ein schwieriges Marktumfeld und lange von Markterfolgen überdeckte strukturelle Schwächen ließen den Umsatz um 7,6 Prozent auf 3,7 Mrd. € (vergleichbare Vorjahreszahl: 4,0 Mrd. €) zurückgehen. Inzwischen reorganisierte ein neues Management-Team Struktur und Geschäftsfelder der BMG, um eine Fokussierung auf die Kernkompetenzen des Unternehmens – die Entwicklung von Künstlern und die Vermarktung von Musik – zu erreichen. Die Musikclubs wechselten zur DirectGroup Bertelsmann, der Bereich Speichermedien nach Ablauf des Geschäftsjahres zum Mediendienstleister Arvato. BMG-Künstlerinnen und -Künstler konnten im Berichtszeitraum zahlreiche Chart-Platzierungen und über hundert Preise erlangen; allein 16 Interpreten setzten jeweils mehr als eine Million Alben ab.

Die Fachverlagsgruppe BertelsmannSpringer hat ihre Position als unangefochtene Nummer 1 in Deutschland und einer der international führenden Anbieter von Wissenschafts- und Fachliteratur gefestigt. Nach der gelungenen Integration des wissenschaftlichen Springer-Verlages lag der Schwerpunkt im abgelaufenen Geschäftsjahr auf einer gesteigerten Effizienz der Kerngeschäfte sowie auf einer Neuausrichtung der Online-Aktivitäten. Der Umsatz stieg um 9,5 Prozent auf 749 Mio. € (Vorjahr: 684 Mio. €).

Arvato belegt mit kräftigem Umsatzwachstum und internationaler Expansion den wachsenden Bedarf an vernetzten Mediendienstleistungen. Mit Logistik, Customer Care-Zentren für internationale Großkunden und modernen Druckereien wurde ein um 17,1 Prozent gesteigener Umsatz von 3,0 Mrd. € (vergleichbare Vorjahreszahl: 2,5 Mrd. €) erzielt. Bei den Services von Arvato standen die weitere Internationalisierung mit neuen Standorten in Großbritannien, den Niederlanden, Singapur, Australien und Indien sowie der kräftige Ausbau der Aktivitäten in Frankreich im Vordergrund.

Zu den Endkundengeschäften der neu geschaffenen DirectGroup gehören neben den Buchclubs auch die Musikclubs und die eCommerce-Aktivitäten von Bertelsmann. Während die Buchclubs derzeit mit einem modernen IT-System ausgestattet werden, profitierten die Musikclubs vom Erwerb des US-Online-Musikhändlers CDNOW. Zusammen bilden Musikclubs und CDNOW inzwischen den weltweit größten Musikvertrieb BeMusic. Die DirectGroup erzielte einschließlich aller eCommerce-Geschäfte (insbesondere BOL) einen um 18,6 Prozent gesteigerten Umsatz von 3,8 Mrd. € (vergleichbare Vorjahreszahl: 3,2 Mrd. €).



Umsatz nach Regionen ■ Der Umsatz der Bertelsmann-Gesellschaften im Ausland stieg um 21 Prozent auf 13,9 Mrd. €. Der Anteil am ebenfalls um 21 Prozent gestiegenen Konzernumsatz betrug damit unverändert 69,4 Prozent. Besonders ausgeprägt war mit 33 Prozent der Umsatzzuwachs in den übrigen europäischen Ländern, was vor allem auf den Merger mit FremantleMedia (früher: Pearson TV) in Großbritannien und die erstmals ganzjährige Konsolidierung der RTL Group zurückzuführen ist.

Ergebnis Bertelsmann mit Rekordgewinn ■ Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Firmenwertabschreibungen lag dank hoher Veräußerungsgewinne mit 3,17 Mrd. € um 1,4 Mrd. € oder 79 Prozent über dem Vorjahresergebnis von 1,77 Mrd. €. Das Bereichsergebnis (EBITA) – das laufende Ergebnis der Geschäfte ohne Internetgeschäfte und positive wie negative Einmaleffekte – lag mit 1,21 Mrd. € nahezu auf dem Vorjahresniveau von 1,25 Mrd. €. Der Jahresüberschuss verbesserte sich um 298 Mio. € oder 44 Prozent auf 970 Mio. € (Vorjahr: 672 Mio. €). Die Ertragsteuerbelastung ist sowohl absolut mit 1,32 Mrd. € (Vorjahr: 428 Mio. €) als auch in der Steuerquote mit 57,7 Prozent (Vorjahr: 38,9 Prozent) stark angestiegen. Dies liegt daran, dass die Veräußerungsgewinne voll steuerpflichtig sind, andererseits aber – insbesondere in den USA – steuerliche Verlustvorträge aufgebaut wurden. Das Zinsergebnis ohne operative Zinserträge stieg vor dem Hintergrund der Rekordinvestitionen auf - 313 Mio. € (Vorjahr: - 211 Mio. €), die Abschreibungen auf Firmenwerte und firmenwertähnliche Rechte erhöhten sich auf 562 Mio. € (Vorjahr: 459 Mio. €).

Ergebnisse nach Unternehmensbereichen ■ Das Bereichsergebnis der RTL Group erreichte den Rekordwert von 537 Mio. € (Vorjahr: 357 Mio. €; vollkonsolidiert ab 1. Januar 2000). Dazu trugen vor allem der wirtschaftliche Erfolg von RTL Television in Deutschland und des französischen Senders M6 und die Marktanteilszuwächse der Gruppe in den Kernmärkten Deutschland und Frankreich bei.

Bei der Buchverlagsgruppe Random House wuchs das Bereichsergebnis überproportional auf 180 Mio. € (vergleichbare Vorjahreszahl: 95 Mio. €). Erreicht wurde dies im Wesentlichen durch operative Verbesserungen im englischsprachigen Verlagsgeschäft und die erfolgreich abgeschlossene Integration der Buchverlagsgeschäfte.

Den geschäftlichen und verlegerischen Erfolgen von Gruner + Jahr standen die Schwäche des Werbemarktes, stark gestiegene Papierpreise und verlegerische Investitionen vor allem im US-Geschäft gegenüber. Diese Faktoren sorgten für ein auf 294 Mio. € gesun-



kenes Bereichsergebnis (Vorjahr: 384 Mio. €). G+J leistete damit den zweitgrößten Beitrag zum Konzernbereichsergebnis.

Die Ertragszahlen der BMG spiegeln die allgemeine Schwäche des Musikmarktes, aber auch Schwächen bei der Entwicklung des Unternehmens in den vergangenen Jahren wider.

Analyse des Jahresüberschusses in Mio. €	2000/01	1999/00
RTL Group	537	357
Random House	180	95
Gruner + Jahr	294	384
BMG	-6	223
BertelsmannSpringer	68	64
Arvato	187	174
DirectGroup	-53	-52
Bereichsergebnis (EBITA)	1.207	1.245
Konzernposten	-115	-50
Sonderbelastungen	-538	0
Internet-Anlaufverluste	-890	-261
Veräußerungsgewinne	3.503	836
Gewinn vor Zinsen, Steuern und Firmenwertabschreibungen	3.167	1.770
Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwert und firmenwertähnliche Rechte	-562	-459
Zinsergebnis ohne operative Zinserträge	-313	-211
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	2.292	1.100
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-1.322	-428
Jahresüberschuss Konzern	970	672



Das Bereichsergebnis lag mit 6 Mio. € im Minus (Vorjahr: + 223 Mio. €). Ein neues Management will mit gestraffter Struktur im neuen Geschäftsjahr wieder für Profitabilität sorgen.

Das Bereichsergebnis von BertelsmannSpringer erreichte 68 Mio. €. Es lag damit vor allem dank eines erfolgreichen Wissenschafts-Geschäftes leicht über Vorjahr (64 Mio. €). Allein der wissenschaftliche Springer-Verlag konnte sein Ergebnis durch ein erweitertes Titelangebot in Biomedizin, Mathematik und Computer-Sciences, wachsenden Absatz in den USA und straffes Kostenmanagement um 40 Prozent steigern.

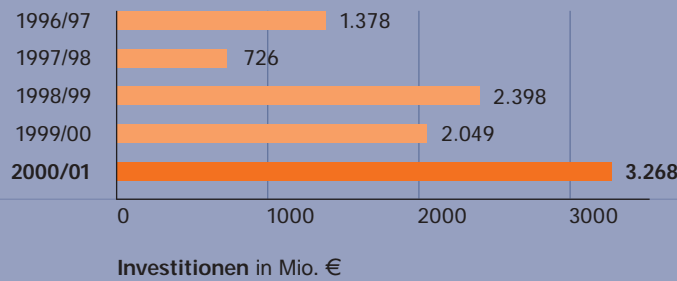
Arvato erwirtschaftete ein auf 187 Mio. € gesteigertes Bereichsergebnis (Vorjahr: 174 Mio. €). Das Wachstum war vor allem vom dynamischen und immer internationaler werdenden Dienstleistungsgeschäft der Services Group getragen.

Die DirectGroup lag beim Bereichsergebnis – ohne Internetgeschäfte – mit 53 Mio. € im Minus (vergleichbare Vorjahreszahl: -52 Mio. €). Innovationen wie Spezialclubs, ein modernes IT-System und die Multi-Channel-Strategie beim Medienvertrieb lassen für die Zukunft wieder ein positives Resultat erwarten.

Internet-Anlaufverluste
 Alle Geschäfte
 haben das Internet
 integriert

Das Internet ist inzwischen in alle Bereiche des Konzerns integriert. Die Anlaufverluste haben im Berichtszeitraum 890 Mio. € (Vorjahr Unternehmensbereich Multimedia: 261 Mio. €) und damit den Scheitelpunkt erreicht. Auf die RTL Group entfallen dabei 51 Mio. €, auf Random House 19 Mio. €, auf Gruner + Jahr 98 Mio. €, auf die BMG 21 Mio. €, auf BertelsmannSpringer 18 Mio. €, auf Arvato 44 Mio. € und auf die DirectGroup, in der die eCommerce-Geschäfte von Bertelsmann gebündelt sind, 500 Mio. €. Weitere 139 Mio. € entfallen auf das Corporate Center, in dem unter anderem die Venture-Capital-Aktivitäten des Medienhauses und Beteiligungen an Lycos Europe angesiedelt sind.

Zahlreiche Maßnahmen wie etwa die Integration des Online-Medienhändlers BOL in die Buchclubs und von CDNOW in die Musikclubs sowie der zunehmende Markterfolg von RTL New Media werden die Anlaufverluste bereits im folgenden Geschäftsjahr deutlich zurückführen.



Sondereinflüsse ■ Aus dem Verkauf des Internet-Netzwerk- und Services-Anbieters mediaWays an Telefónica und dem Teilverkauf von Anteilen am Internet Service Provider AOL Europe hat Bertelsmann einen Veräußerungsgewinn von 3,2 Mrd. € erzielt. Der übrige Verkaufserlös aus AOL Europe wird nach den getroffenen Vereinbarungen im Jahr 2002 erwartet. Insgesamt erreichen die im Berichtszeitraum realisierten Veräußerungsgewinne 3,5 Mrd. € (Vorjahr: 836 Mio. €).

Die einmaligen Aufwendungen in Gesamthöhe von 538 Mio. € umfassen vor allem Kosten für die Restrukturierung von BMG (288 Mio. €), zusätzliche Zentralbereiche wie das Bertelsmann Content Network und Bertelsmann Capital sowie Aufwendungen wie die konzernweite Aktion „Alle ins Netz!“ (Gratis-Internet-PCs für alle Mitarbeiter) und den Bertelsmann-Auftritt auf der EXPO (Corporate insgesamt: 125 Mio. €). Auch Restrukturierungskosten für die DirectGroup, insbesondere ein neues IT-System für die Clubs, sind darin enthalten (103 Mio. €). Die Einbindung von FremantleMedia (früher: Pearson TV) in die RTL Group ergab Einmal-Aufwendungen von 22 Mio. €.

Investitionen ■ Die Investitionen von Bertelsmann erreichten im Geschäftsjahr 2000/01 mit 3,27 Mrd. € einen neuen Rekord. Sie lagen damit um 59 Prozent über dem Vorjahreswert von 2,05 Mrd. €. Das Gros der Investitionen floss mit 1,84 Mrd. € in Beteiligungskäufe und Finanzanlagen, so etwa in die Zeitschriftenzukäufe von Gruner + Jahr und die Übernahme von CDNOW in den USA oder in den Erwerb von Anteilen an Antena 3 in Spanien, sowie mit 442 Mio. € in immaterielle Anlagewerte wie Film- und Verlagsrechte. Für Sachanlagen, darunter die Modernisierung von Betriebsstätten bei Arvato und Gruner + Jahr, wurden 986 Mio. € aufgewendet.

Cash Flow ■ Der Cash Flow betrug 663 Mio. € (Vorjahr: 1,32 Mrd. €). Er ist belastet mit Internet-Anlaufverlusten und vielen einmaligen Aufwendungen, lässt aber kompensierende Finanzströme wie die zur Deckung der Anlaufverluste eingeplanten Erlöse aus den Beteiligungsverkäufen AOL Europe und mediaWays außer Betracht. Bertelsmann folgt dem Prinzip, Internet-Anlauf-



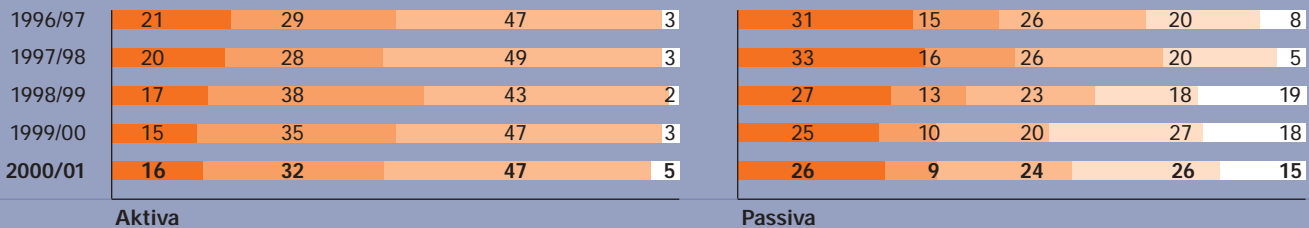
verluste durch Erträge aus Desinvestitionen in diesem Bereich zu finanzieren. Unter Berücksichtigung der Veränderung des Netto-Umlaufvermögens ergibt sich ein Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit von 233 Mio. €.

Die Auszahlungen für Investitionen erreichten mit 3,27 Mrd. € ein Rekordniveau (Vorjahr: 2,05 Mrd. €). Die Erlöse aus Anlagenabgang haben sich mit 4,42 Mrd. € gegenüber dem Vorjahr (554 Mio. €) vervielfacht. Ursache hierfür sind vor allem die Erlöse aus dem Verkauf von mediaWays und dem Teilverkauf von Anteilen an AOL Europe. Unter Berücksichtigung dieser Desinvestitionen ergibt sich ein Mittelzufluss aus der Investitionstätigkeit in Höhe von 1,15 Mrd. € (Vorjahr: Mittelabfluss von 1,50 Mrd. €).

Dieser Mittelzufluss finanziert die Mittelabflüsse aus der laufenden Geschäftstätigkeit und die Gewinnausschüttungen von insgesamt 375 Mio. € (Vorjahr: 268 Mio. €). Zusätzlich konnten die Finanzschulden um 238 Mio. € reduziert werden (Vorjahr: Zunahme von 814 Mio. €). Gewinnauszahlungen im Geschäftsjahr an Mitgesellschafter betragen 211 Mio. € (Vorjahr: 124 Mio. €), auf die Genussscheine 76 Mio. € (Vorjahr: 76 Mio. €) und an die Aktionäre 88 Mio. € (Vorjahr: 68 Mio. €). Die Bertelsmann Stiftung erhielt vom letztgenannten Betrag entsprechend ihrer Beteiligung an der Bertelsmann AG rund 70 Prozent.

Kapitalflussrechnung Bertelsmann Konzern	Kurzfassung*	2000/01	1999/00
in Mio. €	Cash Flow	663	1.317
	Mittelabfluss/-zufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	-233	1.291
	Mittelzufluss/-abfluss aus der Investitionstätigkeit	1.146	-1.495
	Mittelabfluss/-zufluss aus der Finanzierungstätigkeit	-588	500
	Zahlungswirksame Veränderung der flüssigen Mittel, Wertpapiere	325	296
	Flüssige Mittel, Wertpapiere zum Jahresende	825	494
	Netto-Finanzschulden zum Jahresende	1.881	2.148

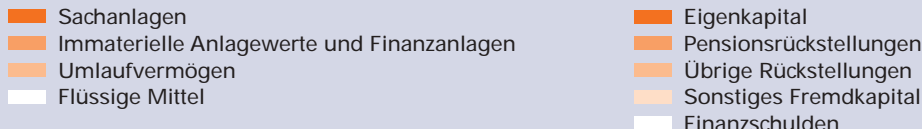
* Die vollständige Kapitalflussrechnung befindet sich im Konzernanhang auf Seite 73.



Aktiva

Passiva

Vermögens- und Finanzstruktur in Prozent



Bilanzsumme ■ Die Bilanzsumme lag zum Ende des Geschäftsjahres mit 17,6 Mrd. € um 20 Prozent über dem Vorjahr (14,7 Mrd. €). Der Anstieg erklärt sich vor allem aus den Akquisitionen, aus **Bilanzstabilität trotz starken Wachstums** dem Merger mit FremantleMedia (früher: Pearson TV), Wechselkursänderungen und dem Anstieg der liquiden Mittel. Die Struktur der Aktivseite hat sich nur geringfügig verändert. Auf der Passivseite erhöhte sich das Eigenkapital um 863 Mio. € auf 4,50 Mrd. €, relativ zur Bilanzsumme stieg der Anteil auf 25,6 Prozent (Vorjahr: 24,8 Prozent). Die Finanzschulden gingen um 3 Prozentpunkte auf einen Anteil von 15 Prozent zurück.

Finanzkennziffern ■ Die finanzwirtschaftlichen Zielsetzungen des Unternehmens beziehen sich vor allem auf die Kapitalstruktur und die Finanzschulden. Die Eigenkapitalquote lag mit 25,6 Prozent trotz des hohen Bilanzsummenwachstums über der Zielmarke von 25 Prozent.

Die Netto-Finanzschulden – also die Finanzschulden saldiert mit den liquiden Mitteln – verringerten sich um 12 Prozent auf 1,88 Mrd. € (Vorjahr: 2,15 Mrd. €). Sie sollen nach den Zielvorgaben des Unternehmens nicht mehr als das 1,5-fache des jährlichen Cash Flow betragen. Der Cash Flow ist in diesem Jahr außerordentlich niedrig, weil er Internet-Anlaufverluste und einmalige Aufwendungen einbezieht, die Erlöse aus Desinvestitionen aber unberücksichtigt lässt. Der Tilgungsfaktor der Finanzschulden – das ist das Verhältnis aus Netto-Finanzschulden und Cash Flow – liegt deshalb mit 2,8 Jahren zwar über der Zielmarke, hat aber für dieses Jahr nur begrenzte Aussagekraft.

Bertelsmann Value Added Wertbeitrag verdoppelt ■ Im Geschäftsjahr 2000/01 wurden die betriebswirtschaftlichen Steuerungsgrößen von den früher maßgeblichen Größen Betriebsergebnis und Gesamtkapitalrendite auf EBITA, also das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Firmenwertabschreibungen, und den Bertelsmann Value Added (BVA) zur Beurteilung der Kapitalrentabilität umgestellt. Der BVA ergibt sich hierbei aus der Differenz zwischen EBITA und den Kapitalkosten auf das investierte Kapital, die mit 15 Prozent kalkuliert wurden. Im vergangenen Geschäftsjahr konnte der BVA im Konzern auf 1,3 Mrd. € gesteigert werden (Vorjahr: 550 Mio. €).



Bertelsmann Excellence Initiative (BEX) gestartet
Attraktivere Produkte und Services, höhere Umsatzrendite

■ Bertelsmann startete eine Bertelsmann Excellence Initiative (BEX) als dauerhaften, konzernübergreifenden Prozess zur Verbesserung aller Arbeitsabläufe. Durch mehr Kooperation, Innovationen, konsequente Realisierung aller Synergien und Prozessoptimierungen sollen attraktivere Medienprodukte und Dienstleistungen für die Kunden geschaffen werden. Das Leistungsspektrum des Unternehmens soll mehr als bisher auf starke Marken konzentriert und auf die sich rasch ändernden Kundeninteressen ausgerichtet werden. Ziel ist Exzellenz in Unternehmensführung und Performance. Die Umsatzrendite soll durch BEX innerhalb der nächsten drei Jahre im Konzern auf zehn Prozent gesteigert werden.

Mitarbeiter Weiterer Zuwachs im In- und Ausland

■ Die Zahl der Beschäftigten betrug zum Geschäftsjahresende 82.162; das waren 5.905 Mitarbeiter oder acht Prozent mehr als ein Jahr zuvor mit 76.257 Beschäftigten. Durch Akquisitionen und Neukonsolidierungen (FremantleMedia, früher: Pearson TV) kamen 3.861 Beschäftigte hinzu, neu geschaffen wurden aus laufenden Geschäften 2.044 Arbeitsplätze. Den stärksten Zuwachs gab es beim Mediendienstleister Arvato (unter anderem Services Group), wo im Berichtszeitraum 1.791 Arbeitsplätze hinzukamen. Bertelsmann beschäftigte zum Geschäftsjahresende 784 Auszubildende.

Die Lage der Bertelsmann AG

■ Die Bertelsmann AG – eine geschäftsleitende Holding ohne eigene operative Geschäfte – hat das Geschäftsjahr auf das Kalenderjahr umgestellt und folglich vom 1. Juli bis 31. Dezember 2000 ein Rumpfgeschäftsjahr eingelegt. Zum 31. Dezember 2000 liegt ein testierter Abschluss vor.

Die wichtigsten Einnahmepositionen der AG sind die Gewinnausschüttungen und Erlöse aus Leistungen für Tochtergesellschaften. Das gesamte Eigenkapital betrug 2,49 Mrd. €; dies entspricht 83 Prozent des Anlagevermögens.



Genusskapital mit
18,51 Prozent
Ausschüttung
Erstmals seit
Börseneinführung
des Bertelsmann-
Genussscheins mehr
als 15 Prozent Dividende

Für das Geschäftsjahr 1999/2000 erhielten die Mitarbeiter eine Gewinnbeteiligung in Höhe von rund 11 Mio. € in Form von Genussscheinen (WKN 522 994). Der Nennwert des Genusskapitals ist auf 516 Mio. € gestiegen. Unter Berücksichtigung des Agios ergibt sich per 30. Juni 2001 ein Genusskapitalvolumen von 706 Mio. €.

Für das Geschäftsjahr 2000/01 ergibt sich eine Gesamtkapitalrendite von 17,51 Prozent. Sie errechnet sich aus dem Verhältnis von Konzern-Jahresüberschuss vor Ertragsteuern zuzüglich der Aufwendungen für die Gewinnbeteiligung inländischer Arbeitnehmer und der Firmenwertabschreibung zur durchschnittlichen Konzernbilanzsumme. Bei einer Gesamtkapitalrendite von mehr als 16 Prozent ist die Ausschüttung auf Basis der Bedingungen der Genussscheine von 1992 einen Prozentpunkt höher als die Gesamtkapitalrendite. Dies führt zu einem Ausschüttungssatz von 18,51 Prozent des Grundbetrages sowohl für die neuen Genussscheine 2001 als auch die nicht getauschten Genussscheine von 1992. Der Genussschein 2001 sieht vor, dass immer dann die Zielausschüttung von 15 Prozent auf den Grundbetrag

Berechnung der
Gesamtkapitalrendite
in Tsd. €

	2000/01	1999/00
Jahresüberschuss	969.520	672.230
+ Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwert	502.682	404.987
+ Aufwand für Steuern vom Einkommen und Ertrag	1.322.059	428.357
+ Aufwand für die Mitarbeiter-Gewinnbeteiligung in Deutschland	27.875	35.496
Gewinn	2.822.136	1.541.070
Konzernbilanzsumme am Beginn des Geschäftsjahres	14.691.582	10.070.272
Konzernbilanzsumme am Ende des Geschäftsjahres	17.551.372	14.691.582
Durchschnittliches Vermögen	16.121.477	12.380.927
Gesamtkapitalrendite = $\frac{2.822.136}{16.121.477}$ =	17,51 %	12,4 %
Verzinsung des Genussscheins	18,51 %	15,0 %



geleistet wird, wenn genügend Konzernjahresüberschuss und Jahresüberschuss der Bertelsmann AG zur Verfügung stehen. Für Geschäftsjahre bis Dezember 2002 erhalten auch die Inhaber des Genussscheins 2001 eine 15 Prozent übersteigende Ausschüttung, wenn sich auf Basis der Bedingungen der bisherigen Genussscheine ein entsprechend höherer Gewinnanspruch ergibt. Gemäß den Genussscheinbedingungen wurden die Ermittlung des Gewinnanteils und der Gewinnausschüttung durch den Abschlussprüfer geprüft und ein Bestätigungsvermerk erteilt.

Damit wird die Zielausschüttung von 15 Prozent erstmals seit Börseneinführung der Genussscheine im Jahre 1986 übertroffen. Ausgeschüttet werden am 16. Oktober 2001 für beide Genussscheine zusammen 95 Mio. €.

Das Genusskapital war im Frühjahr 2001 von DM auf € umgestellt worden. Außerdem hatte Bertelsmann den Anlegern angeboten, ihre bisherigen Genussscheine in Genussscheine mit teilweise geänderten Bedingungen zu tauschen. Über 90 Prozent der Anleger sind dem Angebot gefolgt. Hintergrund der Umstellung waren die neuen betriebswirtschaftlichen Steuerungsgrößen bei Bertelsmann, die es nötig machten, auch die Genussscheinausschüttung auf eine neue Basis zu stellen.

Risikomanagement ■ Die in den vergangenen Jahren begonnene Zusammenfassung der in den einzelnen Unternehmensbereichen vorhandenen umfassenden Systeme zur Erfassung, Analyse, Steuerung und Überwachung von Risikopositionen zu einem Gesamtsystem wurde im Berichtsjahr fortgesetzt. Dabei galt es, die durch Umstrukturierungsmaßnahmen hervorgerufenen veränderten Reportingstrukturen in dem Gesamtsystem abzubilden. Insbesondere durch diesen Umstand wurde deutlich, dass das bei Bertelsmann implementierte Risikomanagement-System über eine hohe Adaptionfähigkeit verfügt.

Risikomanagement ist für Bertelsmann kein Selbstzweck. Unter Beibehaltung unserer Philosophie der unternehmerischen Verantwortung wurde mit ersten Vorarbeiten zu einer an Kenngrößen angelegten permanenten Risikoverfolgung begonnen. Wir streben auch damit das Ziel an, unseren Unternehmenserfolg in einem sich verschärfenden Wettbewerbsumfeld zu sichern. Dies kann nur durch proaktive unternehmerische Entscheidungen, die auf zuverlässigen Informationen beruhen, erreicht werden.



Hinsichtlich der bei Bertelsmann bestehenden – nach dem Kaskadenprinzip aufgebauten – turnusmäßigen Risikoberichterstattung wurden keine Veränderungen zum Vorjahr vorgenommen. Im Fokus lag im Berichtsjahr vielmehr die Verfeinerung und Optimierung der vorhandenen Strukturen.

Auch im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde das bestehende Risikomanagementsystem einer intensiven Prüfung sowohl durch die Corporate Audit and Consulting Division von Bertelsmann als auch durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG unterzogen.

Zu den als Ergebnis der Risikoinventuren identifizierten Risiken bleibt Folgendes festzuhalten: Im Bereich BMG gilt es für das nahezu vollständig ausgetauschte Management, Tritt zu fassen und die strukturellen Probleme zu lösen. Ebenso sind in diesem Geschäftsbereich zunehmender unberechtigter digitaler Vertrieb und Piraterie weiter Gegenstand intensiver Maßnahmen.

Die DirectGroup stellt fest, dass im Buchclubgeschäft die durch die Marktentwicklung (Konsumentenverhalten) und den Wettbewerb indizierte negative Geschäftsentwicklung weiterhin eine potenzielle Bedrohung darstellt. Die eingeleiteten Maßnahmen zeigen Wirkung. Das Management widmet diesem Traditionsgeschäft höchste Aufmerksamkeit. Gleichfalls sind die Restrukturierung der Online-Geschäfte allgemein und die Integration von BOL in die Buchclubs sowie die Einführung eines einheitlichen Mitgliederbetreuungssystems im Fokus der Geschäftsführung der DirectGroup.

**Nach Abschluss
des Geschäftsjahres**

■ Bertelsmann stärkte nach Abschluss des Geschäftsjahres unter anderem sein Buchgeschäft: Die Verlagsgruppe Random House und der Zeitschriften- und Buchverlag Arnoldo Mondadori SpA, Mailand, gründeten die Grupo Editorial Random House Mondadori Holding SL (RMH) mit Sitz in Barcelona und damit das zweitgrößte Verlagshaus für spanischsprachige Literatur. Das Vorhaben wurde von den EU-Wettbewerbsbehörden bereits genehmigt.

Random House setzte sich in einem Bieterwettstreit um Golden Books durch. In diesem Fall steht eine Genehmigung durch die Regulierungsbehörden noch aus. Golden Books Family Entertainment ist einer der führenden US-Kinderbuchverlage und besitzt große Bestände an Rechten im Bereich der Familienunterhaltung, z.B. an *Lassie*.



Im eCommerce-Bereich erfolgte die Übernahme der Digital-Locker-Firma myplay, die Kunden ein virtuelles, individuell bestückbares Musik-Archiv im Internet anbietet. Myplay wurde in die Musikvertriebsfirma BeMusic integriert, in der bereits der Online-Musikhändler CDNOW und der Musikclub BMG Music Service gebündelt sind.

Zum 1. Juli 2001 wurde Bertelsmann zudem alleiniger Gesellschafter am französischen Buchclub France Loisirs, der zuvor als 50:50 Joint Venture mit Vivendi Universal geführt worden war. Im Gegenzug übernahm Vivendi Universal den Bertelsmann-Anteil an der einst gemeinsam betriebenen Online-Musiksite Getmusic. Im Clubgeschäft wurde der Aufbau eines neuen IT-Netzwerkes vorangetrieben, das den Buchclubs einheitliche Datenbanksysteme zur gezielten Kampagnensteuerung bis hin zur individuellen Kundenansprache ermöglicht.

Im August verlängerte Whitney Houston als einer der größten Stars der Popmusik ihren langjährigen Vertrag mit dem BMG-Label Arista. Der Random House-Verlag Alfred A. Knopf sicherte sich die Rechte an den Memoiren des ehemaligen US-Präsidenten Bill Clinton, die 2003 erscheinen sollen.

Ausblick
Portfolio-Ausbau,
Synergien, Excellence

■ Bertelsmann will seine Teilmarktführerschaften im Inhaltegeschäft ausbauen und sein Portfolio weiter auf veränderte Rahmenbedingungen und die Strategie des Gesamthauses ausrichten. Schwerpunkte sind der Ausbau der Inhaltegeschäfte, Wachstum des Services-Bereiches und Entwicklung der Multichannel-Strategie. Die Nutzung von Synergien und die Verbesserung der operativen Excellence sind weitere strategische Prioritäten.

Bertelsmann agiert in einem schwierigen Marktumfeld. Die Auswirkungen der Terroranschläge vom 11. September 2001 auf die Wirtschaftsentwicklung und insbesondere auf das für die Bertelsmann-Unternehmen relevante Weihnachtsgeschäft sowie auf die Werbemärkte sind nicht absehbar. Die Entwicklung des Gesamtergebnisses des Rumpfgeschäftsjahres hängt auch davon ab, inwieweit außerordentliche Erlöse anfallen werden. Der Abschluss zum Rumpfgeschäftsjahr wird erstmals nach den internationalen Rechnungslegungsstandards IAS erfolgen.

Mitarbeiter und Gesellschaft

Konsequent treibt Bertelsmann die Internationalisierung der bewährten partnerschaftlichen Unternehmenskultur des Medienhauses voran. Im Berichtsjahr wurde ein weltweit neuartiges Berichts- und Lernsystem zur Unternehmenskultur eingeführt. Als Standardelement tritt es neben die finanzielle Berichterstattung. Es zeigt auf, welche Instrumente zur Förderung einer partnerschaftlichen Unternehmenskultur in den einzelnen Firmen entwickelt und eingeführt wurden. So werden neue, in einzelnen Ländern gefundene Ansätze eingebracht, Erfahrungen ausgetauscht und den Firmen eine Rückmeldung zu ihrem Stand im Konzernvergleich gegeben.

Voneinander lernen ■ Bertelsmann hat 1977 als eines der ersten deutschen Unternehmen regelmäßige Befragungen aller Mitarbeiter eingeführt. Die Ergebnisse werden unter strenger Wahrung der Anonymität für alle Firmen nach Abteilungen und Gruppen aufgeschlüsselt und zum gemeinsamen Erarbeiten von Verbesserungen genutzt. Mit 60 Fokusgruppen in zehn Ländern und intensiven Expertenhearings wurde der Fragebogen im ersten Halbjahr 2001 für den internationalen Einsatz angepasst. Im zweiten Halbjahr setzen ihn 15 Firmen aus allen Unternehmensbereichen in fünf Ländern ein. Wir bereiten damit die für den Herbst 2002 vorgesehene erste weltweite Bertelsmann-Mitarbeiterbefragung vor.

Ein Kernelement der Unternehmenskultur von Bertelsmann ist die Beteiligung aller Mitarbeiter am Gewinn und Kapital des Unternehmens. Für mehr als die Hälfte aller Mitarbeiter konnte sie inzwischen realisiert werden. Den steuerlichen und sonstigen Rahmenbedingungen in den Ländern gerecht zu werden, wurde dabei zu einer großen Herausforderung.

Im Berichtsjahr haben unsere amerikanischen Firmen BOOKSPAN und Random House eine Gewinnbeteiligung eingeführt bzw. die Parameter dafür definiert. Die meisten anderen amerikanischen Bertelsmann-Firmen haben 2001 eine Grundsatzentscheidung zur Einführung eines solchen Modells ab dem Geschäftsjahr 2002 getroffen.

Gewinnbeteiligung für alle, PC für alle und „Townhall Meetings“ für alle ■ Bertelsmann hat allen Mitarbeitern im Berichtsjahr und im zweiten Halbjahr 2001 einen kostenlosen PC mit Internetzugang zum privaten Gebrauch angeboten. Die Aktion soll den Mitarbeitern und ihren Familien den Umgang mit dem PC näher bringen. Sie erleichtert den Einstieg in neue Technologien wie das Internet und fördert die Nutzung der zahlreichen neuen Informations- und Kommunikationschancen. Bislang haben mehr als 50.000 Bertelsmann-Mitarbeiter in über 400 Firmen aus rund 30 Ländern ihren PC mit Internetzugang erhalten.

// planet-b.net

Im Rahmen der Aktion „Alle ins Netz!“ wurde eigens das Internet-Portal planet-b.net geschaffen. Es bietet in fünf Sprachversionen den Mitarbeitern und ihren Familien Informationen über Bertelsmann und seine Firmen, kostenlosen eMail-Service, Trainings und Links zu anderen Internetangeboten von Bertelsmann sowie eine einfache Möglichkeit, Verbesserungsvorschläge einzureichen. Eine erste Bewährungsprobe bestand das Portal nach den Terroranschlägen in den USA, als Bertelsmann-Mitarbeiter weltweit Mails an ein eigens eingerichtetes „planet B“-Forum schickten, um ihren rund 18.000 Kollegen in den Vereinigten Staaten Solidarität zu bekunden. Zahlreiche US-Kollegen meldeten sich zurück und berichteten von ihren Erlebnissen.

Parallel konnten in schon 40 Ländern die meisten Mitarbeiter an das internationale Mitarbeiter-Intranet „BeNet“ angeschlossen werden. Es bietet tagesaktuelle Nachrichten, Zugriff auf Basiswissen über Bertelsmann, Handbücher, Betriebsvereinbarungen, Seminarprogramme und Serviceangebote. Nachrichten über personelle

Nach Mitarbeitern wichtigste Länder für Bertelsmann	Mitarbeiter		Mitarbeiter	
	30.6.2001	% 30.6.2001	30.6.2000	% 30.6.2000
Deutschland	32.143	39,1	30.984	40,6
USA	17.980	21,9	16.831	22,1
Frankreich	8.071	9,8	7.580	9,9
Großbritannien	4.989	6,1	3.251	4,3
Spanien	3.527	4,3	2.852	3,7
Niederlande	1.742	2,1	1.488	2,0
Italien	1.502	1,8	1.521	2,0
Österreich	1.286	1,6	1.067	1,4
Polen	915	1,1	865	1,1
Schweiz	800	1,0	677	0,9
Übrige Länder	9.207	11,2	9.141	12,0
Gesamt	82.162	100,0	76.257	100,0

Veränderungen und innerbetriebliche Stellenausschreibungen sind weitere Elemente. In Live-Fragerunden stellen sich Vorstandsmitglieder zu wichtigen aktuellen Themen des Unternehmens der Diskussion im „BeNet“.

Mit den sogenannten „Townhall Meetings“ haben wir im Berichtsjahr eine seit Jahrzehnten in Deutschland gepflegte Tradition des Hauses auf weitere Länder ausgedehnt. Der Vorstandsvorsitzende informiert darin die Mitarbeiter persönlich in einer Versammlung an den wichtigsten Standorten des Unternehmens über die Ergebnisse des abgelaufenen Wirtschaftsjahres und über aktuelle Entwicklungen. Inzwischen finden „Townhall Meetings“ in Barcelona, Gütersloh, Hamburg, London, München, New York und Paris statt.

Junge Talente fördern

Junge Talente zu finden und zu fördern, ist ein besonderes Anliegen von Bertelsmann. Die Zentrale Managemententwicklung unterstützt über ihre Büros in Gütersloh und New York den Recruiting-Prozess vor Ort, nicht zuletzt durch zahlreiche Veranstaltungen an den Hochschulen. Als erstes deutsches Unternehmen bietet Bertelsmann den Hochschul-Studiengang „Bachelor of International Management“ in Kombination mit einer Berufsausbildung zum Industriekaufmann an. Die neu gestaltete Job- und Karriere-Website myfuture.bertelsmann.de und das innovative Internet-Bewerbermanagementsystem „BeCruiter“ wurden mittlerweile von der Zielgruppe sehr gut angenommen. Mit dem „Reinhard Mohn Fellowship“, dotiert aus Anlass des 80. Geburtstages von Reinhard Mohn, eröffnet Bertelsmann begabten jungen Führungspersonlichkeiten aus allen Bereichen der Gesellschaft neue Möglichkeiten des Lernens und Gestaltens; sie erleben aus erster Hand Führung, unternehmerisches Handeln und gesellschaftliche Verantwortung.

// myfuture.bertelsmann.de

Mitarbeiterzahl auf 82.162 gestiegen – über 2.000 Arbeitsplätze neu geschaffen

Per 30. Juni 2001 hat Bertelsmann 82.162 Mitarbeiter beschäftigt (Vorjahr: 76.257). Ohne Berücksichtigung hinzu erworbener Firmen wurden 2.044 Arbeitsplätze neu geschaffen, davon ein Viertel in Deutschland. Die neuen Arbeitsplätze entstanden insbesondere im expansiven Dienstleistungsbereich, aber auch in den Inhaltgeschäften von Gruner + Jahr, Random House und BertelsmannSpringer.

Im Rahmen des Geschäftsberichtes werden Teilaspekte des Personalbereiches exemplarisch dargestellt. Ein umfassendes Bild der Entwicklung in den Bertelsmann-Firmen weltweit ist damit nicht beabsichtigt. Ein ausführlicher Sozialbericht, der gesondert erscheint, informiert über das Bemühen des Unternehmens um seine Führungskräfte und Mitarbeiter und die partnerschaftliche Unternehmenskultur.




Tina Land - Redakteurin

Hatice Ülker - Sekretärin

RTL”
GROUP

Was wir senden, hat Erfolg.
der RTL Group vorbei.



Christophe Toulouse - Architekt

Nina Schimmelpfeng-Burghagen - Redakteurin

In Europa schaltet keiner an den Programmen

Europäischer Marktführer mit populärer Unterhaltung und erstklassigen Informationen

Europas größter Broadcaster und TV-Produzent hat im Geschäftsjahr 2000/01 einen Umsatz von 4,1 Mrd. € erzielt (Vorjahr: 1,7 Mrd. €; sechs Monate konsolidiert). Der Umsatz von RTL Group legte damit im Bertelsmann-

Geschäftsjahr 2000/01 unter Einschluss der Übernahme von FremantleMedia (früher: Pearson TV) auf 12-Monats-Basis gerechnet um 32,4 Prozent zu. RTL Group ist der einzige börsennotierte Unternehmensbereich der Bertelsmann AG. Das Bereichsergebnis (EBITA) erreichte den Rekordwert von 537 Mio. €. Die Umsatzrendite betrug damit 13,2 Prozent. Zum 30. Juni 2001 hatte RTL Group 6.901 Mitarbeiter.

Im Überblick

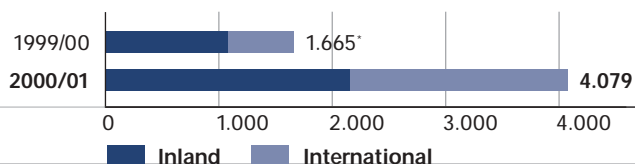
Das Jahr 2000 war das Gründungsjahr von RTL Group, die heute in zehn europäischen Ländern sowie in den USA, in Australien und in Südafrika präsent ist. Am 7. April 2000 hatten die Gesellschafter den Zusammenschluss von CLT-UFA und Pearson TV zu RTL Group angekündigt. Am 30. Juni 2000 stimmte die EU-Kommission der Fusion zu, seit dem 26. Juli 2000 werden 10,3 Prozent Anteile des neu formierten Unternehmens an der Londoner Börse notiert. Aktien von RTL Group werden zudem in Brüssel und Luxemburg gehandelt. Das Fernsehgeschäft spielt in der Zukunftsstrategie von Bertelsmann eine zentrale Rolle. Deshalb hat Bertelsmann seinen Anteil an RTL Group mit Wirkung vom 2. Juli 2001 auf 67 Prozent (30 Prozent direkt, 37 Prozent über die Zwischenholding BW TV) aufgestockt. Möglich wurde dies im Zuge eines Aktientausches. Die belgisch-kanadische Investorengruppe Groupe Bruxelles Lambert (GBL) hatte ihren 30-Prozent-Anteil an RTL Group an Bertelsmann abgetreten. Im Gegenzug übernahm GBL 25,1 Prozent der Anteile an der Bertelsmann AG, davon 0,1 Prozent ohne Stimmrechte. 22 Prozent an RTL Group hält die Pearson-Gruppe in London, 11 Prozent sind im Streubesitz.

// rtlgroup.com
// gbl.be

Nachdem die etablierten TV-Sender ihre Wirtschaftlichkeit im Jahr 2000 deutlich steigern und jüngere Sender die Gewinnschwelle erreichen konnten, sind die Werbemärkte im ersten Halbjahr 2001 für RTL Group nur gering gewachsen oder rückläufig gewesen. Das Radiogeschäft profitierte im Jahr 2000 zunächst ebenfalls von einem Werbezuwachs. Im Geschäftsfeld Produktion, Film- und Sportrechtehandel baute RTL Group ihre Marktführerschaft weiter aus. Im Bereich New Media hat sich die Gruppe zu einem führenden Anbieter in der europäischen Online-Welt entwickelt.

Geschäft mit vier Säulen TV, Radio, Content und New Media

Heute ist RTL Group Europas größtes Rundfunk-Unternehmen mit Beteiligungen an 23 Fernseh- und 17 Radiosendern. Die Nummer 1 im europäischen Inhaltegeschäft produzierte im Jahr 2000 mehr als 200 Programme in 35 Ländern mit mehr als 10.000 Programmstunden. Die Fusion mit FremantleMedia (früher: Pearson TV) war der logische Schritt zur Erreichung der strategischen Ziele: der Übernahme der Mehrheit am britischen Fernsehsender Channel 5,



des Ausbaus des Inhaltegeschäftes durch TV-Produktionsgesellschaften, die in der ganzen Welt tätig sind, sowie des Eintritts in den südeuropäischen Markt durch den Erwerb einer Beteiligung an Spaniens TV-Sender Antena 3.

TV, Radio, Content und New Media sind die vier Säulen des Geschäftes. Mit ihrer konsequenten europäischen Ausrichtung und der marktführenden Stellung ihrer Sender in Europa baut RTL Group auf eine solide wirtschaftliche Basis mit starken, langlebigen Marken. Diese Strategie ermöglicht die Weiterentwicklung durch internes Wachstum, durch den Ausbau neuer Geschäfte sowie durch attraktive Akquisitionen.

Fernsehen
 Horizontale Synergien durch TV-Senderfamilien und vertikale Integration

■ Nachdem das Geschäftsjahr 2000 für den Konzern ein hervorragendes Jahr gewesen war, haben sich die Werbe-Wachstumsraten auf den europäischen Märkten der Gruppe verlangsamt und sind im 1. Halbjahr 2001 nur gering gewachsen oder rückläufig gewesen. Dennoch schneidet das Unternehmen in den meisten Märkten – und vor allem auf den größten Märkten Deutschland und Frankreich – im Hinblick auf Zuschauer- und Werbemarktanteil weiterhin besser als seine Wettbewerber ab. Durch die Strategie der Senderfamilien werden horizontale Synergien erzielt. Darüber hinaus erlaubt die vertikale Integration Cross Promotion zwischen Inhalten, Sendern und Internet. Erfolgreich durchgesetzt hat sich dieser Geschäftsansatz in Deutschland, Frankreich, Belgien und den Niederlanden.

Im stark fragmentierten deutschen Markt hat der Ausbau der Senderfamilie einen Beitrag zum weiteren Wachstum geleistet. Im Jahr 2000 erhöhte der Erwerb des bis dahin von der News Corp. gehaltenen 49,9-Prozent-Anteils sowie des von Canal+ gehaltenen 24,9-Prozent-Anteils an VOX die Beteiligung von RTL Group auf 99,7 Prozent. Mit RTL, RTL II, Super RTL und VOX vermarktet die konzerneigene IP Deutschland jetzt vier erfolgreiche TV-Sender.

// rtl.de

In Frankreich stärkte RTL Group ihre Position durch die Akquisition weiterer Anteile am TV-Sender M6. Zum Jahresende 2000 lag die Beteiligung an Frankreichs Nummer 2 bei 43,8 Prozent. Durch einen Zuwachs beim Werbeaufkommen um 23,6 Prozent und eine deutliche Erhöhung des Umsatzes um 18 Prozent steigerte sich das Nettoergebnis von M6 im Vergleich zu 1999 um 34 Prozent. Im Frühjahr und Sommer 2001 erlebten die Zuschauerzahlen und die Werbeeinnahmen dank des durchschlagenden Erfolges der Reality-Show Loft Story eine deutliche Steigerung.

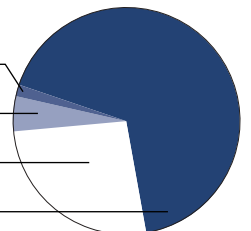
// m6.fr

Auch im holländischen Markt konnte RTL Group ihre Position stärken. Durch den Erwerb des verbleibenden 35-Prozent-Anteils wurde die Gruppe alleiniger Gesellschafter von HMG (Holland Media Groep). Damit konnten Synergieeffekte innerhalb der Senderfamilie RTL 4, RTL 5 und Veronica (im April 2001 umbenannt in Yorin) effektiv genutzt werden. Der positive Trend wurde Anfang 2001 durch ein Joint Venture zwischen Pearson TV und HMG zur Gründung eines gemeinsamen TV-Produktionsunternehmens in den Niederlanden unter dem Namen Holland Media House begünstigt.

// rtl4.nl
 // rtl5.nl
 // yorin.nl



New Media	1,5
Radio	5
Content	26,5
TV	67



Umsatz nach Geschäftsfeldern in Prozent

In Großbritannien erhöhte der Zusammenschluss mit FremantleMedia (früher: Pearson TV) die Beteiligung an Channel 5 auf 65 Prozent. Der Sender konnte seine Zuschauerquote sowie die technische Reichweite verbessern. In Südeuropa baute RTL Group ihren Anteil am erfolgreichen Fernsehprogramm Antena 3 in Spanien von 16,23 Prozent auf nunmehr 17 Prozent aus.

// channel5.co.uk
// antena3tv.com

In Ungarn steigerte RTL Klub die Marktanteile im Zuschauermarkt und bei den Werbeeinnahmen mit einem beeindruckenden Anteil von 39,2 Prozent bei den Primetime-Zuschauern in der werberelevanten Zielgruppe zwischen 18 und 49 Jahren. 2000 schrieb der Sender im Jahresdurchschnitt zum ersten Mal schwarze Zahlen. Die Situation von RTL 7 in Polen bleibt weiterhin schwierig.

// rtl-klub.hu

Radio
Attraktive
Werbepakete

Die Strategie der Senderfamilien unterstützt auch die Wachstumschancen im Radiogeschäft. Deutlich wird dies besonders in Frankreich, in dem drei Sender von RTL Group komplementäre Programmstile anbieten, die unterschiedliche demografische Zielgruppen ansprechen und sich damit für attraktive Werbepakete eignen. Der Abwärtstrend beim Flaggschiff RTL zum Jahresende 2000 konnte schnell gestoppt werden, das Geschäft beim Musiksender RTL 2 und vor allem beim Jugendsender Fun Radio lief sehr gut.

// rtl.fr
// funradio.fr

Im deutschen Markt bestätigte RTL Group ihre Position als bundesweit umsatzstärkste Radiogruppe. In Berlin blieben die zwei Sender 104.6 RTL und Berliner Rundfunk Marktführer in ihren jeweiligen Zielgruppen. Radio NRW ist Deutschlands erfolgreichster Privatsender der letzten Dekade und bestätigte seinen beeindruckenden Rekord im Jahr 2000 mit einem Höreranteil von 30,2 Prozent. Der von Luxemburg aus gesendete Klassik-Hit-Sender RTL Radio – Die Größten Oldies konnte seine Zuhörerzahlen im Jahr 2000 nahezu verdoppeln und erreicht heute 6,9 Millionen Menschen in einem Zeitraum von 14 Tagen – die größte Zuhörerschaft aller deutschen Privatradiosender. In Luxemburg verteidigte RTL Radio Lëtzebuerg seine Nummer-1-Position mit einem Marktanteil von 75 Prozent. In Belgien erzielten Bel RTL und Radio Contact erneut außerordentlich gute Resultate.

// 1046rtl.de
// rtlradio.de

Content
Produktion der Rating-
erfolge von morgen

RTL Group ist die Nummer 1 im europäischen Inhaltegeschäft. Serien, Shows und Produktionen von FremantleMedia (früher: Pearson TV; im August 2001 umbenannt) und UFA Film & TV Produktion werden in mehr als 100 Länder verkauft und erreichen mehrere hundert Millionen Zuschauer. Außerhalb der USA ist RTL Group der größte unabhängige TV-Vertrieb. Im Segment Light Entertainment leistete der Start der Gameshow Greed (deutsch: Ca\$h) einen Hauptbeitrag zum Umsatzwachstum; die Show wird mittlerweile in 20 Ländern produziert.

Beim strategisch bedeutsamen Erwerb und Vertrieb von Film-, TV- und Sportrechten konnte RTL Group im Geschäftsjahr 2000 europaweit exzellente Ergebnisse realisieren. Im Mai 2001 wurde ein Grundsatzabkommen über die Zusammenführung von UFA SPORTS



und der Groupe Jean-Claude Darmon mit Sport+, einem Tochterunternehmen der französischen Canal+ Gruppe, unterzeichnet. Die Gründung eines der größten Vermarkter von Sportrechten in Europa muss noch von der EU-Kommission genehmigt werden.

New Media
Führender Player
in der europäischen
Online-Welt

Die gemeinsame Vermarktung von Inhalten im Internet, TV und Radio in unterschiedlichen Märkten ist die Basis des Erfolges im Geschäftsfeld Neue Medien, der vierten Säule des Unternehmens. Die 85 Websites, die europaweit von Unternehmen der RTL Group im Internet platziert werden, erreichen monatlich rund 400 Millionen Seitenaufrufe (Page Impressions) und locken bis zu 6 Millionen Besucher (Unique Visitors; Stand Juli 2001) an. Diese Erfolge machen RTL Group zu einem der führenden Player in der europäischen Online-Welt.

Im Laufe des Jahres 2000 konnten einige neue Geschäfte aufgebaut werden, darunter RTL Newmedia in Deutschland, RTL Net in Frankreich und RTL iMedia in den Niederlanden. Durch das Entstehen der ersten europaweit tätigen Vermarktungsagentur für Internetwerbung, IPWeb.net, wird die Position der Gruppe in den umsatzträchtigen Bereichen eCommerce und Webvertising optimiert.

// ip-web.net

Ausblick

Basis der soliden Position von RTL Group in ihrem Kerngeschäft bleiben die europaweite Struktur, die unangefochtene Stärke in den bedeutenden Schlüsselmärkten, die Risikominimierung durch das breit angelegte Portfolio von Geschäften, die starken und langlebigen Marken der einzelnen Unternehmen und die rasanten Wachstumschancen in neuen Märkten und Regionen.

Obwohl sich die Werbe-Wachstumsraten im Geschäftsjahr 2001 auf allen europäischen Märkten deutlich verlangsamt haben, konnte RTL Group dank seiner starken Marken und Inhalte in den meisten Märkten sowohl bei den Zuschaueranteilen als auch bei den Werbeeinnahmen weiterhin besser abschneiden als die Wettbewerber. Das Kerngeschäft hat seine Stärke bewiesen. Das gilt vor allem für die beiden größten Märkte Deutschland und Frankreich, in denen RTL Group im Jahr 2000/01 nahezu 70 Prozent ihres Gesamtumsatzes erzielte. Die Finanzlage des Unternehmens ist gut, und RTL Group verfügt über ein einmaliges europäisches und integriertes Portfolio. Durch kontinuierliche Kostenkontrolle und Schaffung weiterer Synergien zwischen den Geschäftsbereichen wird die Gruppe ihre strategischen Ziele erreichen. RTL Group ist gut positioniert, um zu profitieren, wenn die Werbemärkte sich erholen.

Highlights

- RTL Group ist mit Beteiligungen an 23 Fernseh- und 17 Radiosendern Europas größtes Rundfunk-Unternehmen
- Die Nummer 1 im europäischen Inhaltegeschäft
- RTL Group produzierte im Jahr 2000 mehr als 200 Programme in 35 Ländern mit mehr als 10.000 Programmstunden
- Europäischer Marktführer im Sportrechte-Handel
- Die 85 Websites von RTL Group erreichen monatlich rund 400 Millionen Page Impressions und bis zu 6 Millionen Unique Visitors
- RTL Television ist Marktführer in Deutschland und größter Werbeträger Europas

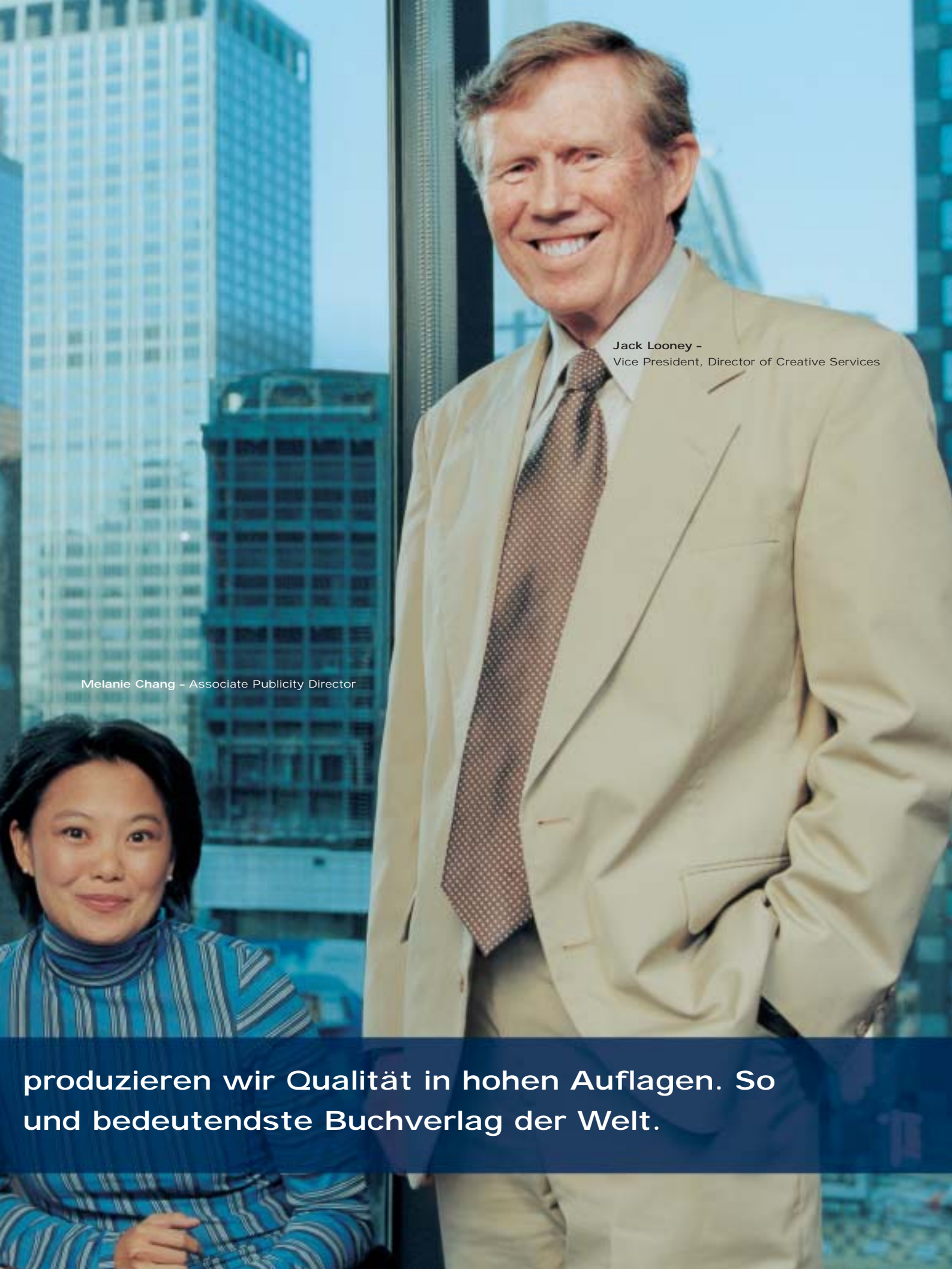


Zoë Rice - Associate Editor

Matthew Pakula - New Media Publicist



Gemeinsam mit unseren Autoren
wurde Random House der größte



Jack Looney -
Vice President, Director of Creative Services

Melanie Chang - Associate Publicity Director

produzieren wir Qualität in hohen Auflagen. So
und bedeutendste Buchverlag der Welt.

Marktführer weltweit – Bücher mit Zukunft

Random House baute seine Position als weltweit führender Publikumsverlag im Geschäftsjahr 2000/01 in einem schwachen Marktumfeld aus: Der Buchmarkt in den USA schrumpfte im Jahr 2000 um 3,7 Prozent, der deutsche Buchmarkt wuchs um nur 0,8 Prozent. Trotz dieser Verschlechterung des Klimas in den wichtigsten Buchmärkten, jedoch begünstigt durch eine Rekordzahl von Bestsellern und durch die Stärke des US-Dollar sowie des britischen Pfund, wuchs der Umsatz um 9,3 Prozent auf 2,1 Mrd. €. Das Bereichsergebnis (EBITA) wuchs überproportional auf 180 Mio. €, das bedeutet eine Umsatzrendite von 8,7 Prozent. Dieser Erfolg wurde von 6.235 Mitarbeitern (30. Juni 2001) in 13 Ländern erwirtschaftet.

Im Überblick

Zum 1. April 2001 wurden die Geschäfte des Bertelsmann Unternehmensbereiches Buch neu geordnet. Aus den Publikumsverlagen der Bertelsmann Buch AG wurde der Unternehmensbereich Random House mit Sitz am Broadway in New York. Diese Ausrichtung der Organisation entspricht der Entwicklung der Geschäfte: Der wichtigste Markt Nordamerika erwirtschaftet 70,6 Prozent des Gesamtumsatzes, der deutschsprachige Raum trägt 8,9 Prozent zum Umsatz bei. An der Philosophie der Verlagsgruppe hat sich nichts geändert: Vielfalt ist Programm. Jeder Verlag ist einzigartig und sorgt in absoluter publizistischer Freiheit für völlig unterschiedliche, eigenständige Programme, deren Vermarktung durch aggressive Investitionen in neue Technologien und State-of-the-Art Servicequalität unterstützt wird. Das Programmportfolio wird darüber hinaus durch Entwicklung neuer Autoren, Käufe von Verlagen, Allianzen und Joint Ventures permanent erweitert.

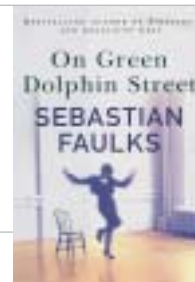
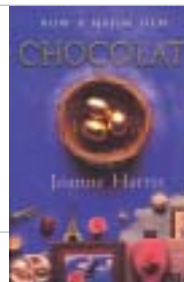
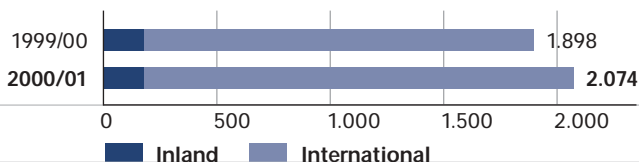
// randomhouse.com

Englischsprachige Verlage

Rekordjahr für Bestseller
USA

Mit einem breit angelegten Verlagsprogramm von Büchern für Erwachsene und Kinder erzielte Random House, Inc., die US-Tochter von Random House, wiederum hervorragende Umsatzerlöse. Das Unternehmen stärkte seine herausragende Position im US-Markt durch die Platzierung von 169 Titeln auf den New York Times-Bestsellerlisten im Zeitraum vom 2. Juli 2000 bis zum 24. Juni 2001 – das beste Ergebnis, das jemals von einer einzelnen Verlagsgruppe erzielt werden konnte.

22 Titel erreichten den Spitzenplatz auf den Bestseller-Listen, darunter Romane wie *From the Corner of His Eye* von Dean Koontz (Bantam), *Drowning Ruth* von Christina Schwartz (Doubleday), *Seabiscuit*, die Biographie des legendären Rennpferdes von Laura Hillenbrand (Random House), oder *The O'Reilly Factor* (Broadway), die provokativen Gedanken-spiele des TV-Nachrichtenmannes Bill O'Reilly. Dieses Buch war einer der 28 Random House-Titel, von denen im Geschäftsjahr 2000/01 mehr als eine Million Exemplare ausgeliefert



Gesamtumsatz des Unternehmensbereiches in Mio. €

wurden. Die meistverkaufte Neuerscheinung war *The Painted House* von John Grisham (Doubleday), der von der Kritik mehr als jeder andere Roman des erfolgreichen Autors gelobt wurde.

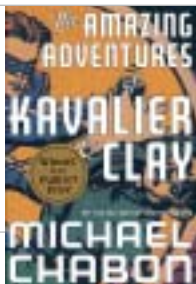
Bantam Dell feierte die Veröffentlichung des 50. Buches von Danielle Steel – von deren neuen Hardcover- und Taschenbüchern mehrere Millionen Exemplare verkauft wurden – mit einer landesweiten Buchgeschenk-Aktion, über die die Medien ausführlich berichteten. Die Harry-Potter-Hörbücher haben sich mit 1,8 Millionen verkauften Exemplaren als best- und schnellstverkaufende Hörbuchserie profiliert. Der jüngste Titel aus der Listening Library, *Harry Potter and the Goblet of Fire*, gelesen von Jim Dale, gewann den Grammy 2000 in der Kategorie „Beste Kinderbuchaufnahme“.

Den kommerziellen Erfolgen von Random House, Inc. stehen zahlreiche bedeutende Literaturpreise gegenüber. Dazu gehören unter anderen die Pulitzer-Preis-Gewinnertitel *The Amazing Adventures of Kavalier and Clay* von Michael Chabon (Kategorie Fiction, Random House) und *Founding Brothers* von Joseph Ellis (Kategorie Geschichte, Knopf Publishing Group). Zwei von zehn „Notable Books of 2000“, die von der Redaktion der *New York Times Book Review* gewählt werden, stellte die amerikanische Verlagsgruppe.

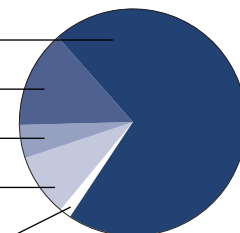
Im April 2001 erweiterte Random House, Inc. sein vielfältiges Verlagsangebot durch die // ebrary.com Übernahme von Prima Communication, Inc. Das Programm des kalifornischen Verlagshauses – Video- und Computerspiel-Bücher sowie Lifestyle- und Gesundheitsratgeber – wurde in die bestehenden Verlage integriert. Die Risikokapital-Tochter Random House Ventures, LLC erwarb eine Beteiligung an ebrary, einer Online-Bibliothek, die Bücher, Zeitschriften und Periodika bereithält, deren Inhalte gegen Bezahlung auf dem Weg der Volltextrecherche genutzt werden können.

Investitionsmittel in beachtlicher Höhe wurden für den weiteren Ausbau der digitalen Infrastruktur von Random House bereitgestellt. In erster Linie geht es dabei um den Ausbau eines digitalen Archivs aller Buchinhalte. Diese neue Technologie ermöglicht es Random House, Buchhändlern und Lesern weltweit mehr Bücher verfügbar zu machen durch elektronische Formate, den Druck von kleinen Auflagen (Print-on-Demand) und die Nutzung weiterer zukünftiger Inhalteformate. Das digitale Archiv wird auch von den Unternehmen der Random House-Gruppe in anderen englischsprachigen Märkten wie Großbritannien, Australien und Südafrika genutzt werden.

Kanada Random House of Canada wurde vom kanadischen Buchhandelsverband zum zweiten Mal in Folge zum „Verlagshaus des Jahres“ gewählt – ein bisher einmaliges Ereignis. Trotz Unruhe im nationalen Einzelhandelsmarkt brachte der Verlag 195 nationale Bestseller hervor, davon landeten 27 auf Platz 1 der Bestseller-Listen. 67 Bücher sind von kanadischen Autoren geschrie-



Nordamerika (USA/Kanada)	70,6
Großbritannien/Australien/Neuseeland/Südafrika	14
Spanischer Raum	4,6
Deutschland/Österreich/Schweiz	8,9
Sonstige Länder	1,9



Umsatz nach Regionen in Prozent

ben worden wie *Mercy Among the Children* von David Adams Richards (Doubleday Canada), dem Co-Gewinner des prestigeträchtigen Giller-Preises für Fiction. Im Geschäftsjahr erfolgte auch der Start einer Allianz mit dem renommierten literarischen Verlag McClelland & Stewart, an dem Random House eine Minderheitsbeteiligung von 25 Prozent erwarb.

Großbritannien Die Random House Group hat ihre Position als führendes Verlagshaus Großbritanniens mit wiederum ausgezeichneten Umsatzzahlen der Verlagsgruppen Random House UK und Transworld gehalten. Random House-Titel gewannen 37 Literaturpreise. Zu den 18 Nummer 1 Bestsellern des Hauses auf den Listen der *Sunday Times* zählen *The Painted House* und *The Brethren* von John Grisham (Century, Arrow), *Truth and Thief of Time* von Terry Pratchett (Doubleday) und *Down Under* von Bill Bryson (Doubleday).

// randomhouse.co.uk

Das gesamte Kinder- und Jugendbuchprogramm der Verlagsgruppen Random House UK und Transworld wurde in dem neuen Bereich Random House Children's Books konzentriert, dessen Programm eine beeindruckende Vielfalt international bekannter Bestseller-Autoren und Künstler mit einem großen Fundus klassischer Titel kombiniert.

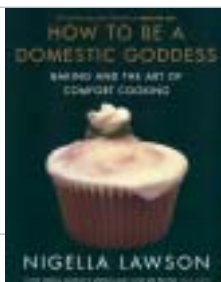
Random House Australia wurde zum „Publisher of the Year 2000“ gewählt, während Random House New Zealand als „Distributor of the Year“ ausgezeichnet wurde.

Deutscher Sprachraum ■■ Trotz des stagnierenden deutschsprachigen Buchmarktes publizierte die Verlagsgruppe Random House in diesem Raum ein großes Spektrum an Bestsellern. Zu den wichtigsten Erfolgen zählten *Der Börsenschwindel* von Günter Ogger, *Hurenkind* von Christine Grän und *Hitlers Frauen und Marlene* von Guido Knopp (C. Bertelsmann), *Liebesleben und Mann und Frau* von Zeruya Shalev (Berlin Verlag), *Die Rosenzüchterin* von Charlotte Link und *Die Söhne der Wölfin* von Tanja Kinkel (Blanvalet), *Schlangenlinien* von Minette Walters (Goldmann) und *Älter werde ich später* von Iris Berben (Mosaik), *Preußens Luise* von Günter de Bruyn (Siedler) oder *Russendisko* von Wladimir Kaminer (Manhattan).

// randomhouse.de

Eine neue Ära
für eine großartige
Verlagstradition

Im abgelaufenen Geschäftsjahr konzentrierte sich die deutsche Verlagsgruppe auf die Neupositionierung und Weiterentwicklung ihrer Verlagsprogramme. Nach dem Erwerb des restlichen 30-Prozent-Anteils am Falken Verlag strukturierte Random House das Geschäft mit Ratgebern neu: Mosaik, Falken, Orbis und Bassermann wurden unter einheitlicher verlegerischer Leitung an einem Standort zusammengeführt. Goldmann, btb und Blanvalet bauten ihre führende deutsche Rolle im Taschenbuch aus. Intensiv vorbereitet wurde der Start neuer Verlagsprogramme, zum Beispiel das Debüt des Berliner Taschenbuchverlages BVT, der ab Herbst 2001 ein anspruchsvolles Angebot literarischer Werke bietet. Im Jugendbuch wurde u.a. Roddy Doyle's *Das große Giggler-Geheimnis* zum Bestseller, unterstützt durch die nach wie vor hochverkäufliche Gänsehaut-Serie von R. L. Stine.



Spanischer Sprachraum ■ Im Geschäftsjahr 2000/01 verbesserte Grupo Editorial Random House, bestehend aus Joint Venture mit Mondadori den Verlagsgruppen Plaza y Janés Editores und Sudamericana, erneut das Ergebnis in Spanien und Lateinamerika. Für das spanischsprachige Verlagsgeschäft konnten strategische Investitionen und Kooperationsvereinbarungen realisiert werden. Mit dem Erwerb von weiteren 40 Prozent an Sudamericana wurde Random House alleiniger Inhaber der renommierten latein-amerikanischen Verlagsgruppe, die jede Woche zwischen drei und fünf Titel auf den Bestseller-Listen platziert. Im Taschenbuchgeschäft beendete die Verlagsgruppe ihr Joint Venture mit Planeta und führt jetzt alleine das Imprint Debolsillo, das seine Marktführerschaft weiter ausbauen konnte. Im Juli 2001 unterschrieben Random House und Mondadori einen Vertrag zur Zusammenführung ihrer weltweiten spanischsprachigen Buchverlagsaktivitäten. Damit ist ein neues Gemeinschaftsunternehmen entstanden, das unter dem Namen Grupo Editorial Random House Mondadori firmiert und weltweit das zweitgrößte Buchverlagshaus im spanischen Sprachraum ist. Geplant sind Verlagsprogramme in Spanien, Mexiko, Argentinien, Chile, Uruguay, Peru und Kolumbien.

In Spanien brachte Grupo Editorial Plaza y Janés 25 Titel auf die Bestseller-Listen und stellte damit fast 20 Prozent aller gelisteten Hardcover- und Paperbacktitel. Zu diesem Erfolg trugen prominente Autoren wie Isabel Allende, John le Carré, Amy Tan, Helen Fielding, Pilar Urbano, Salvador Pániker und Sylvia de Béjar bei. Unter den vielen Auszeichnungen, die die Schriftsteller des Hauses im letzten Geschäftsjahr erhielten, waren zwei der angesehensten Literaturpreise Spaniens, der „Premio Príncipe de Asturias“, der an Doris Lessing ging, und der „Premio de la Crítica“, der Juan Mansé verliehen wurde.

Ausblick ■ Im laufenden Geschäftsjahr wird Random House den Herausforderungen aus einer instabilen Wirtschaftslage, wachsendem Wettbewerb und steigenden Kosten für den Erwerb neuer Titel sowie stärkerer Selektion auf der Kundenseite mit attraktiven neuen Titeln, fokussiertem Marketing der Backlist und Kostendisziplin begegnen. Durch den Einsatz neuer Technologien wird das gedruckte Buch, dessen Zukunftsfähigkeit unumstritten bleibt, ergänzt, um veränderten Bedürfnissen gerecht zu werden.

Highlights

- 169 Titel auf der **New York Times** Bestsellerliste: Jahresrekord für Bestseller von ein und derselben Verlagsgruppe
- Mehr als 30 Titel verkauften sich weltweit mehr als eine Million Mal, 25 davon in den USA
- Zwei Pulitzer-Preis-Gewinner: Joseph Ellis mit **Founding Brothers** (Geschichte) und Michael Chabon mit **The Amazing Adventures of Kavalier and Clay** (Belletristik)
- Audiobuch von Harry Potter nähert sich der 2-Millionen-Marke: erfolgreichste Audiobuchreihe für Kinder in der Verlagsgeschichte
- Joint Venture mit Mondadori zur Gründung des zweitgrößten Buchverlagshauses im spanischen Sprachraum, Grupo Editorial Random House Mondadori





Sandrine Trouvelot - Journalistin

Patrice Piquard - Stellvertretender Chefredakteur

G+J

Unsere Leidenschaft gilt unseren
steht für unabhängigen Journalis



Véronique Mottot -
Leiterin des Dokumentations-Service

Yann Reveret - Fotoredakteur

**Lesern. Gruner + Jahr, Europas größtes Zeitschriftenhaus,
mus, attraktive Zielgruppen und besten Service.**

Investitionen in die wichtigsten Printmärkte weltweit sichern die Zukunft von Gruner + Jahr

Europas größtes Zeitschriftenhaus konnte den Umsatz im Geschäftsjahr 2000/01 um 96 Mio. € auf 3,03 Mrd. € (plus 3,3 Prozent) steigern. Trotz hoher Investitionen, stark gestiegener Papierpreise und einem spürbaren

Einbruch im Anzeigengeschäft in der ersten Jahreshälfte 2001 wurde ein Bereichsergebnis (EBITA) von 294 Mio. € erzielt. Gruner + Jahr beschäftigte zum Geschäftsjahresende in seinen Unternehmen in 14 Ländern insgesamt 12.968 Mitarbeiter.

Im Überblick Der Konjunkturabschwung insbesondere in den Kernmärkten Deutschland und USA sowie Unsicherheiten über die weitere wirtschaftliche Entwicklung prägten die Entwicklung des Geschäftsjahres 2000/01.

Gruner + Jahr stärkte seine Position als internationalstes Verlagshaus der Welt mit über 100 Zeitschriften und Zeitungen in 14 Ländern. Der Auslandsanteil an den Umsätzen ist von 58 Prozent im vergangenen Geschäftsjahr auf 62 Prozent im Geschäftsjahr 2000/01 gestiegen. Der Umsatzanteil der Anzeigenerlöse (43 Prozent) stieg vor allem durch Zukäufe in den USA. Der Umsatzanteil des Vertriebs (29 Prozent) ist in erster Linie aufgrund des Rückzugs vom britischen Zeitschriftenmarkt zu Gunsten der Druckerlöse (20 Prozent) gesunken.

// guj.de

Zeitschriften Deutschland

Gute Marktchancen für innovative Konzepte

Nach dem Rekord-Zuwachs von rund 10 Prozent im Boom-Geschäftsjahr 1999/2000 verzeichnete der Unternehmensbereich Zeitschriften Deutschland im Geschäftsjahr 2000/01 mit rund 840 Mio. € eine stabile Umsatzentwicklung. Im Anzeigengeschäft bleibt G+J deutlicher Marktführer und konnte darüber hinaus in einem anhaltend rückläufigen Vertriebsmarkt Anteile hinzugewinnen. Das Betriebsergebnis liegt aufgrund des sich ab Beginn 2001 abschwächenden Anzeigenmarktes und umfangreicher Investitionen unter dem Ergebnis des Vorjahres, jedoch auf der Höhe der Jahre davor.

Die etablierten und starken G+J-Zeitschriftenmarken Stern, Brigitte, Capital, Geo, Schöner Wohnen, P.M. und Eltern sind seit Jahren – teilweise seit Jahrzehnten – Marktführer in ihren Segmenten. Alle Titel wurden kontinuierlich weiterentwickelt und konnten ihre Positionen halten oder sogar verbessern. So hat der Stern seine Führungsposition als reichweitenstärkstes aktuelles deutsches Wochenmagazin weiter ausgebaut. Brigitte konnte bei stabiler Auflage das hohe Anzeigenerlösniveau halten und hat in dem insgesamt rückläufigen Segment der klassischen Frauenzeitschriften weiter Marktanteile gewonnen.

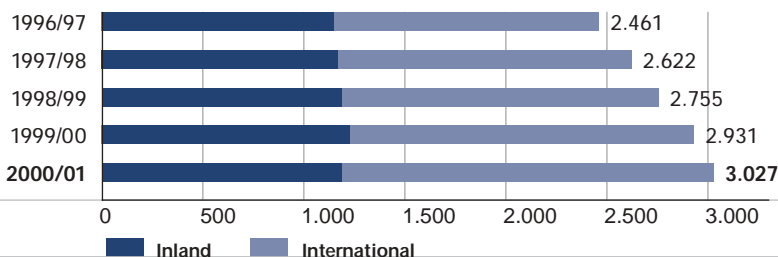
// eltern.de

// stern.de

// brigitte.de

Capital litt unter dem konjunkturellen Rückgang und der negativen Börsenentwicklung, hat aber die damit verbundenen Umsatzrückgänge insgesamt durch die Umstellung auf die 14-tägige Erscheinungsweise zum Jahresanfang 2000 kompensieren können. Mit den

// capital.de



Gesamtumsatz des Unternehmensbereiches in Mio. €

Titeln *Capital*, *Börse Online*, *Impulse* und *Bizz* stärkt G+J mit innovativen Zeitschriftenkonzepten erfolgreich seine starke Marktposition im Segment der Wirtschaftspresse.

Die Geo-Familie mit den Titeln *Geo Saison*, *Geo Special*, *Geo Wissen*, *Geo Epoche* und dem Kinder- und Jugendtitel *Geolino* präsentiert sich auch nach dem erfolgreichen Start von *National Geographic* unverändert in sehr guter Verfassung. Der im Herbst 1999 in Deutschland eingeführte Titel konnte seine Position im Anzeigenmarkt bei konstanter Auflage ausbauen. G+J ist mit der Geo-Familie, *National Geographic*, der PM.-Gruppe sowie *Art* die dominierende Nummer 1 im Segment der Wissensmagazine, das sich durch eine überdurchschnittlich gebildete wie einkommensstarke Leserschaft auszeichnet.

// geo.de
// geo.de/geolino
// nationalgeographic.de

Das Risiko für Zeitschrifteneinführungen ist angesichts der hohen Investitionen in einem aggressiven Wettbewerbsumfeld beträchtlich. Innovative Konzepte haben dennoch unverändert gute Chancen. Im Herbst 2000 ist es G+J gelungen, den neuen Titel *Living at Home* erfolgreich einzuführen. Mit einer verkauften Auflage von über 220.000 Exemplaren und einer sehr guten Entwicklung im Anzeigengeschäft liegt der Titel über Plan. Die gleichnamige Online-Plattform integriert das Online-Angebot von *Schöner Wohnen*, *Essen & Trinken*, *Häuser und Flora*.

// livingathome.de

Mit *Gala* hat G+J den Wachstumsmarkt der People-Magazine erfolgreich besetzt. Der Titel konnte den positiven Auflagentrend fortsetzen und auch im Anzeigenmarkt gegen den allgemeinen Markttrend über 20 Prozent Wachstum der Anzeigenerlöse erzielen.

// gala.de

Zeitschriften International
USA: Auf dem Weg in die Spitzengruppe

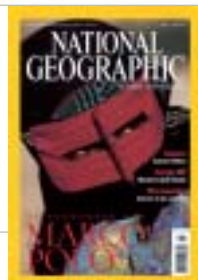
Der Unternehmensbereich Zeitschriften International ist mit ungebrochener Dynamik und weit reichenden strategischen Entscheidungen in das neue Jahrtausend gestartet. Mit dem Kauf der Wirtschaftstitel *Inc. Magazine* und *Fast Company* sowie der redaktionellen Überarbeitung fast aller Titel begann in den USA eine Investitionsoffensive. G+J hat das Ziel, im größten Zeitschriftenmarkt der Welt mittelfristig über die jetzt erreichte Nummer-5-Position hinaus zu wachsen. Mit der Ausweitung der Marktanteile der bestehenden Titel sowie dem Eintritt in das Segment der Wirtschaftspresse wurde der Grundstein für dieses ehrgeizige Ziel gelegt. Die rückläufige Konjunktur und die hohen Investitionen belasten aber auch in den USA das Ergebnis.

// inc.com
// fastcompany.com

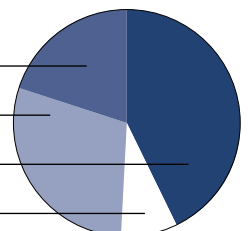
Der Unternehmensbereich Zeitschriften International steigerte trotz des Rückzugs aus dem britischen Markt seinen Umsatz um rund 6 Prozent auf 1,06 Mrd. €. Das Betriebsergebnis fiel unter den Vorjahreswert, was auf die hohen Investitionen in den USA und die Anlaufverluste für neu eingeführte europäische Titel (z.B. *Jack in Italien*, *Capital in Spanien* und *National Geographic* in den Niederlanden) zurückzuführen ist.

// nationalgeographic.nl

Die Stammgeschäfte in Europa erzielten einmal mehr exzellente Ergebnisse und Umsatzrenditen. Auf dem französischen Markt behauptete *Prisma Presse* mit einer unverändert



Druckerlöse	20
Vertriebslöse	29
Anzeigenerlöse	43
Sonstige Erlöse	8



Gesamtumsatzerlöse nach Arten in Prozent

hohen Umsatzrentabilität den zweiten Platz unter den Zeitschriftenverlagen. In einem erneut rückläufigen Vertriebsmarkt blieb der Vertriebsumsatz stabil, die Anzeigenerlöse erhöhten sich um 5 Prozent. Zu Beginn des neuen Geschäftsjahres erweiterte G+J mit der Einführung einer russischen und einer polnischen Ausgabe von *Gala* das Titelportfolio in diesen Ländern. Die Erlöse von *Geo Russland* konnten um rund 50 Prozent gesteigert werden. // geoclub.ru

Zeitungen ■ Das Geschäftsjahr 2000/01 stand für den Unternehmensbereich Zeitungen im Zeichen des Ausbaus der Marktpositionen in Osteuropa und der Investitionen in die Weiterentwicklung der im Februar 2000 gestarteten *Financial Times Deutschland*. Die schwache Anzeigenkonjunktur und erheblich gestiegenene Papierpreise belasteten das operative Ergebnis. Der Unternehmensbereich Zeitungen hat darauf mit deutlichen Kostensenkungen reagiert, ohne die redaktionelle Qualität seiner Titel einzuschränken. // ftd.de

FTD: „One brand – all media“

Die FTD hat die Phase der Markteinführung erfolgreich abgeschlossen. Mit einer Auflagensteigerung von mehr als 40 Prozent seit Launch auf über 72.000 Exemplare und einem Top-Leserschaftsprofil hat sich die FTD im Segment der führenden überregionalen Tageszeitungen fest etabliert. Das innovative Konzept „One brand – all media“ hat in der Medienwelt Maßstäbe gesetzt. Die gleichzeitig mit der Tageszeitung gestartete Online-Ausgabe hat sich zu einer der erfolgreichsten Finanz-Websites Deutschlands entwickelt. *FTD.de* stellt Informationen auf allen mobilen Endgeräten zur Verfügung – vom Palm über WAP, PDA bis zum Rocket eBook. Weitere Vermarktungskanäle der Marke FTD sind Print on Demand, SMS, Radio und Buch.

Die Berliner Zeitung konnte durch Reichweitengewinne im Lesermarkt ihre Nummer-1-Position als größte Abonnement-Zeitung der Hauptstadt deutlich ausbauen. Trotz der nach wie vor schwierigen wirtschaftlichen Situation in Ostdeutschland haben die *Sächsische Zeitung* und die *Morgenpost Sachsen* ihre redaktionelle Leistung weiter ausgebaut und sehr befriedigende operative Ergebnisse erzielt. // berlinonline.de
// sz-online.de

Das verlegerische Engagement in Osteuropa wurde durch die Übernahme von 49 Prozent am jugoslawischen BLIC-Verlag ausgebaut. BLIC ist die größte Kaufzeitung Jugoslawiens. Gruner + Jahr gibt in Osteuropa gemeinsam mit verschiedenen Partnern die auflagenstärkste Kaufzeitung Rumäniens, *Evenimentul Zilei*, die größte Abonnementzeitung Ungarns, *Népszabadság*, sowie die führende Zeitung der Slowakei, *Nový ČAS*, heraus. Alle osteuropäischen Titel erwirtschafteten unter schwierigen Rahmenbedingungen ein positives, zum Teil außerordentlich gutes Ergebnis. // blic.co.yu

Druckereien ■ Der Unternehmensbereich Druckereien übertraf trotz erheblicher Preisreduzierungen das geplante Ergebnis, das allerdings unter den Vorjahreswerten liegt. Der unerwartet starke Konjunkturreinbruch vor allem in den USA führte zu Erlösrückgängen, die jedoch durch konsequentes Kostenmanagement und eine erneute Steigerung des Druckvolumens weitgehend kompensiert Erlösrückgänge



kompensiert werden konnten. Die Druckerei in Itzehoe bei Hamburg steigerte trotz sinkender Umfänge und Auflagen der produzierten Zeitschriften das Druckvolumen gegenüber dem Vorjahr. Im Druckzentrum Dresden stieg der Umsatz um 11 Prozent und das Betriebsergebnis konnte nach einer Steigerung von 43 Prozent im Vorjahr erneut um 32 Prozent verbessert werden.

Multimedia ■ Das Geschäftsjahr 2000/01 war im Bereich Multimedia von hohen Investitionen, aber auch von unausweichlichen Korrekturen gekennzeichnet. Integrierte Online-Angebote, die von den starken Gruner + Jahr-Marken profitieren und Cross-Media-Effekte nutzen können, stehen eindeutig im Fokus der strategischen Planung. Mit dem Ziel, die internen und externen Synergien auszuschöpfen, wurde am 1. November 2000 der Unternehmensbereich G+J Multimedia gegründet. Seit Mai 2001 trägt der Unternehmensbereich auch die technische und kaufmännische Verantwortung für die Online-Aktivitäten der G+J-Zeitschriften. **Handy.de**, das mit Abstand führende Mobilfunk-Portal in Deutschland, gehört seit Februar 2001 zu Gruner + Jahr (51 Prozent). Ziel dieser Akquisition ist es, mit hochwertigem Content, starken Online-Brands und kostenpflichtigen Mehrwertdiensten die User im Zeitalter des „Everyday Internet“ jederzeit und an jedem Ort zu erreichen.


// handy.de

Ausblick ■ Ziel des Unternehmensbereichs Zeitschriften Deutschland ist es, die bestehenden Segment-Marktführerschaften weiter auszubauen. Gleichzeitig sollen neue, attraktive Segmente erschlossen werden, in denen G+J seine Wettbewerbsvorteile im Qualitätsjournalismus wie im Anzeigenmarketing ausspielen kann. Nach den massiven Investitionen in die Verbesserung der Marktposition auf dem US-amerikanischen Markt sowie dem Start mehrerer neuer Titel in Europa wird im internationalen Geschäft das Hauptaugenmerk auf die Optimierung der bestehenden Geschäfte gelegt. Auch im Zeitungsbereich wird Gruner + Jahr seine etablierten Marken intensiv weiterentwickeln. Das im Geschäftsjahr 1999/2000 begonnene Investitionsprogramm für den gesamten Druckbereich in Höhe von knapp 500 Mio. € wird bis zum Ende des Geschäftsjahres 2003 weiter geführt. Im Unternehmensbereich Multimedia wird die Integration von Print und Online unter dem Motto „One brand – multi media“ konsequent vorangetrieben.

Highlights

- Mit mehr als 100 Zeitschriften und Zeitungen in 14 Ländern ist Gruner + Jahr das größte Zeitschriftenhaus in Europa und das zweitgrößte der Welt
- Deutschland: Bei Zeitschriften erneut Marktführer im Anzeigenbereich
- USA: Auf dem Weg in die Spitzengruppe
- Mit **Gala** in Polen und Russland, **Capital** in Spanien und **National Geographic** in den Niederlanden können erfolgreiche Zeitschriftenkonzepte weiter internationalisiert werden
- Der **Stern** stärkt seine Führungsposition als reichweitenstärkstes aktuelles Wochenmagazin
- **Financial Times Deutschland** etabliert sich im Segment der führenden überregionalen Tageszeitungen
- **Living at home** startet parallel als Zeitschrift und Online-Plattform






Kirsten Hunter - Executive Assistant

Jackie Carney - Manager International Coordination


BERTELSMANN

Musik für jeden Geschmack,
BMG ist Heimat der Künstler



Stephanie LaFera - Executive Assistant

Bruce B. Jones - Receptionist

für jede Generation, auf jeder technischen Plattform.
und Kreativen.

Fokussierung auf die Kernkompetenzen des Unternehmens

Im Geschäftsjahr 2000/01 belegte BMG in fünf Ländern die Marktpositionen Nummer 1 oder Nummer 2. BMG-Künstlerinnen und -Künstler konnten im Berichtszeitraum zahlreiche Chart-Platzierungen und über hundert Preise erlangen; allein 16 Interpreten setzten jeweils mehr als eine Million Alben ab. Dennoch spiegeln Umsatz- und Ertragszahlen neben dem schwierigen Marktumfeld auch strukturelle Schwächen wider: Der Umsatz sank um 7,6 Prozent auf 3,7 Mrd. €, das Bereichsergebnis (EBITA) lag mit 6 Mio. € im Minus. BMG beschäftigte zum Geschäftsjahresende 9.507 Mitarbeiter.

Im Überblick Das Geschäftsjahr 2000/01 war für die Bertelsmann Music Group ein Jahr der Herausforderungen und des Neuanfangs. Eine Fusion mit dem britischen Musikunternehmen EMI konnte wegen wettbewerbsrechtlicher Einwände nicht in Angriff genommen werden. Zu den Herausforderungen zählten beinahe weltweit schwierige Marktbedingungen sowie die Auswirkungen der verschiedenen Formen der Musikpiraterie. Ein neues Management-Team reorganisierte Struktur und Geschäftsfelder der BMG, um eine Fokussierung auf die Kernkompetenzen des Unternehmens – die Entwicklung von Künstlern und die Vermarktung von Musik – zu erreichen. Die Musikclubs wechselten zum 1. Juli 2000 zur DirectGroup Bertelsmann, der Bereich Speichermedien nach Ablauf des Geschäftsjahres zum Mediendienstleister Arvato. Das neue Management will mit der gestrafften Struktur im neuen Geschäftsjahr eine Ertragswende herbeiführen.

// bmg.com

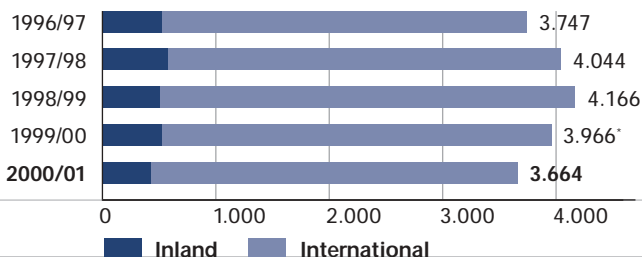
Musik auf Tonträgern Region Nordamerika Dem neuen President und CEO von Arista Records, Antonio „LA“ Reid, gelang es erfolgreich, namhafte Künstler wie Whitney Houston, Kenny G und Santana erneut unter Vertrag zu nehmen und das Label durch den Zugewinn neuer Talente – darunter Boyz II Men, Blu Cantrell, Pink, Babyface und Adema – erfolgreich aufzufrischen. Mehr als zehn Künstler wurden ein- oder mehrfach mit Platin ausgezeichnet. Das Debüt-Album *No Angel* von Dido verkaufte weltweit mehr als neun Millionen Einheiten. *Stankonia*, das lang erwartete vierte Album von OutKast, erreichte in den Vereinigten Staaten dreimal Platin.

// arista.com

BMG Music Canada reagierte auf die schwierigen Marktbedingungen mit gezielten Promotionaktivitäten und strategischen Partnerschaften unter anderem mit Bell Telecommunications, New Line Films, General Mills, Kellogg's und Post. Das Resultat waren ein weiteres gewinnbringendes Jahr sowie Platin für die beim lokalen Label ViK unter Vertrag stehenden Künstler Love Inc., The Guess Who und Treble Charger.

// bmgcanada.com

BMG Distribution schloss das Kalenderjahr 2000 zum ersten Mal als Nummer 2 im Album-Vertrieb in den USA ab. Im ersten Halbjahr 2001 war das Unternehmen zudem die Nummer 1 im Single-Vertrieb. In den Vereinigten Staaten wurden im Geschäftsjahr 2000/01



insgesamt 54 von BMG vertriebene Alben ein- oder mehrfach mit Platin ausgezeichnet. Sechs Alben erreichten auf Anhieb die Position 1 in den Billboard 200 Album-Charts.

Das im August 2000 gegründete Joint Venture J Records des legendären Musikproduzenten Clive Davis mit BMG Entertainment schrieb Geschichte als größtes neues Label, das jemals auf den Markt gebracht wurde. Gleich mehrere Produktionen wurden mit Platin belohnt, darunter die Alben von O-Town und Luther Vandross. Shooting-Star Alicia Keys gab mit *Songs in A Minor* ihr Debüt als Nummer 1 in den Billboard Album-Charts.

// jrecords.com

Mit einer Reihe von Künstler- und Marketingerfolgen konnte RCA Records im Geschäftsjahr 2000/01 das hundertjährige Jubiläum feiern. Bereits in der ersten Woche wurden vom vierten Studioalbum der Dave Matthews Band 800.000 Exemplare verkauft – die meistverkaufte Neuerscheinung in der ersten Jahreshälfte 2001. Die Verbindung von RCA mit dem Matthews-Label ATO führte zu einem weiteren Erfolg: Von David Grays *White Ladder* wurden in den USA 1,5 Millionen Einheiten verkauft. Die vielfältigen weltweiten Marketingaktivitäten um Christina Aguilera wurden mit ihrem ersten spanischsprachigen Album *Mi Reflejo* verstärkt.

Trotz weltweit stagnierender Umsätze im Bereich Country-Musik konnte sich RLG/Nashville über das beste Jahr seit der Gründung des Labels freuen. Veröffentlichungen von Alan Jackson, Kenny Chesney, Brooks & Dunn, Sara Evans, Lonestar, Brad Paisley und Martina McBride erlangten Platinstatus. Insgesamt elf Wochen lang belegte das Label die Spitze der Billboard Country Charts mit *Ain't Nothing 'Bout You* von Brooks & Dunn und *I'm Already There* von Lonestar.

// rcalabelgroup.com

Mit der RCA Victor Group wurde im Laufe des Geschäftsjahres 2000/01 ein Label ins Leben gerufen, das sich auf das anspruchsvolle Genre der generationsübergreifenden Musik spezialisiert. Dazu gehören RCA Red Seal, RCA Victor, Windham Hill, Private Music sowie Bluebird. Zu den Highlights des ersten Jahres von RCA Victor Group gehörten *BLAST* von Broadway, *Etta James' Matriarch of the Blues*, *My Romance* von Jim Brickman, *São Vincente* von Cesaria Evora und die Feier des 25. Jubiläums von Windham Hill.

// rcavictorgroup.com

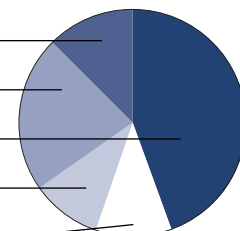
Das Geschäftsfeld „Premiums & Incentives“ von BMG Special Products entwickelte nationale Marketingprogramme für Kunden wie General Mills, M&M/Mars, McDonald's, Visa und Aiwa. Buddha Records, das neue Label von BMG Special Products, gab sein Debüt mit der ersten eigenen Produktion, *Prisoner of Love* von der Country-Legende Ray Price.

// bmgsp.com

Region Europa Anfang Januar 2001 wurden die Regionen BMG GSA/EE (Germany/Switzerland/Austria/Eastern Europe) sowie BMG UK/Central Europe zu einer europäischen Geschäftseinheit zusammengefasst. Für BMG Europa verlief das Geschäftsjahr trotz des branchenweiten Abwärtstrends in der zweiten Geschäftsjahreshälfte – zum Teil bedingt durch das weit verbreitete Brennen von CD-Raubkopien – gewinnbringend.



Deutschland/Österreich/Schweiz	12,3
Andere europäische Länder	22,3
Nordamerika	44,6
Lateinamerika	9,9
Asien/Pazifik	10,9



Umsatz nach Regionen in Prozent

Im Mittelpunkt des Erfolges in Großbritannien standen die beiden internationalen Bestseller Dido und Westlife. Dido war mit der Übernahme von Cheeky Records im September 2000 ins BMG-Repertoire aufgenommen worden. *Coast to Coast*, das zweite Album von Westlife, wurde in Großbritannien zwei Millionen Mal, weltweit mehr als fünf Millionen Mal verkauft.

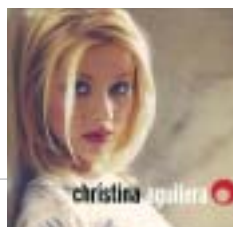
Die deutsche Geschäftseinheit von BMG verteidigte ihre Marktführerschaft im lokalen Repertoire. Beiträge zu diesem guten Ergebnis leisteten ATC, Modern Talking und Die Flippers sowie der Entertainer Michael Mittermeier. Mit seiner Produktion zum 30. Jahr im Musikgeschäft verlängerte Rocklegende Peter Maffay seine ungebrochene Platin-Serie bei Studioalben ins 21. Jahrhundert. Acht BMG-Interpreten erhielten den „ECHO Award“; BMG Germany war damit das erfolgreichste Unternehmen unter den großen Unternehmen im Musikgeschäft.

In Italien wurden mehr als drei Millionen Exemplare des Albums *Stilelibero* von Eros Ramazzotti abgesetzt. Die spanische Gruppe Estopa verkaufte mehr als eine Million Einheiten.

Region Asien/Pazifik In einem Jahr, in dem viele Märkte der Region einen steilen Abwärtstrend verkraften mussten, konnte BMG im Gegensatz zu vielen Wettbewerbern ihre Rentabilität sichern. Westlife und Misa garantierten erneut gute Verkaufserfolge. Beide setzten in der Region mehr als zwei Millionen Einheiten ab. Westlife verkaufte allein in Indonesien über eine Million Einheiten. Der Australier John Farnham erreichte dreifach Platin, seine nationale Tour war ausverkauft.

Region Lateinamerika Trotz der instabilen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie der steigenden Zahl illegal verkaufter Raubkopien und Internet-Piraterie leistete die Restrukturierungsarbeit von BMG in Lateinamerika einen Beitrag zum finanziellen Erfolg in diesem Markt. Zu den Verkaufserfolgen gehörten Singles und Alben von Jerry Rivera, Rocio Durcal, Leonardo, Cristian, Ana Carolina und Juan Gabriel sowie die Musik der internationalen Stars Estopa, Dido und Westlife. *Mi Reflejo*, das erste spanischsprachige Album des Superstars Christina Aguilera, wurde von Kritikern hoch gelobt und verbuchte in der ganzen Region starke Umsätze.

Musikverlage ■ BMG Music Publishing erlebte ein bahnbrechendes Jahr mit Rekordumsätzen, einer beachtlichen Präsenz in den weltweiten Charts sowie der Stärkung des Online-Profiles des Unternehmens. Entscheidende Zugewinne im Geschäftsjahr 2000/01 waren Nelly, von deren Debütalbum mehr als sieben Millionen Exemplare verkauft wurden, und der britische Popstar Robbie Williams. Zu den weiteren Erfolgen gehörten das Abkommen zur Katalogverwaltung in Nordamerika mit Kenny G sowie die Ausweitung des Vertrags mit dem Italiener Gigi D'Alessio.



Zu den Highlights im Geschäftsjahr 2000/01 zählten die Publishing-Rechte für das Debütalbum von Coldplay sowie die mehrfache Platinauszeichnung für Didos No Angel, für das BMG-Songschreiber Rollo fünf Stücke komponiert und produziert hatte. Zu den wichtigen Akquisitionen im Geschäftsjahr 2000/01 gehörten Fiction Songs (der Katalog von The Cure), der Elvis Costello-Katalog und eine Mehrheitsbeteiligung an Editions Salabert.

Speichermedien ■ Eine konsequente Expansionspolitik, Investitionen in IT, Logistik und globales Kundenmanagement sowie erfolgreiche Vertragsabschlüsse kennzeichnen das Geschäftsjahr 2000/01 der Speichermedien. Trotz schwacher Musik- und IT-Märkte weltweit konnten die Firmen Sonopress, Topac und Digital World Services ihre Marktpositionen weiter ausbauen. Ein Abkommen mit Microsoft über die Software-Vervielfältigung für die neue Spielkonsole Xbox™ in den USA und Europa ist ein Highlight des Geschäftsjahres.

// sonopress.com
// topac.de
// dwsc.com

Eine schwache CD-Nachfrage führte zu deutlichen Umsatzeinbußen für die CD-Hersteller. Sonopress konnte sich gegen den Trend behaupten und die globale Präsenz durch neue Produktionsstandorte in Frankreich und Singapur ausbauen. Die DVD-Kapazität wurde aufgrund stark gestiegener Nachfrage auf mehr als 400.000 Discs pro Tag ausgebaut.


Die Spezialdruckerei topac MultimediaPrint übernahm im Oktober 2000 sämtliche Anteile an dem Druckhaus Maack GmbH in Lüdenscheid. Die Integration wurde erfolgreich abgeschlossen. Digital World Services hat sich innerhalb kurzer Zeit zum führenden Unternehmen für maßgeschneiderte Lösungen und Services für den sicheren Vertrieb digitaler Inhalte im Internet entwickelt. DWS entwickelt unter anderem Schlüsselkomponenten für den Start eines legalen Napster Musik Services.

Ausblick ■ Die BMG sieht nach personeller und struktureller Veränderung mit neuer Zuversicht in die Zukunft. Dabei fokussiert sich das Unternehmen auf seine Kernkompetenz – die Entwicklung von Künstlern und Vermarktung herausragender Musik. Die weltweit erfolgreichsten Künstler der BMG werden in den kommenden Monaten neue Alben veröffentlichen. Darüber hinaus entwickelt BMG mehrere neue, junge und vielversprechende Künstler. BMG investiert in ein breites Repertoirespektrum. Die kreativen Kräfte werden gebündelt, um das Künstlermarketing über möglichst viele Länder und Regionen zu optimieren. Neben Wachstum aus eigener Kraft sieht das Management auch Chancen einer Expansion durch Akquisitionen und Partnerschaften.

Highlights

- Mehr als 200 Labels in 44 Ländern ■ BMG-Künstler gewinnen weltweit über 100 Preise ■ In fünf Ländern Nummer 1 oder Nummer 2 ■ 16 BMG-Interpreten verkaufen jeweils mehr als eine Million Alben
- Rekordumsätze für BMG Music Publishing ■ BMG lizenziert seinen Katalog an MusicNet, die weltweit erste legale Plattform für den digitalen Musikvertrieb ■ Sonopress übernimmt die Software-Vervielfältigung für die neue Microsoft-Spielkonsole Xbox™ in den USA und Europa






Ursula N. Davis - Medizinredakteurin

Isabel Ullmann - Planungsassistentin

 **Springer**
Science+BusinessMedia

BERTELSMANN

**Wir managen Wissen. Bertels
Verlagsgruppen für Wissensch**

A photograph of three people in a professional setting. In the foreground, a man with glasses (Jörg Theurer) is smiling and looking towards the camera. Behind him, another man with glasses (Reinhold Kress) is looking down at a document. To the right, a woman with blonde hair (Erika Vogt) is also looking at the document. The document they are looking at features a diagram of chromosomes with various labels and numbers. The background is a plain, light-colored wall.

Reinhold Kress - Abteilungsleiter

Jörg Theurer - Technischer Redakteur

Erika Vogt - Marketing Managerin

**mannSpringer ist eine der renommiertesten
afts- und Fachliteratur.**

Stabil und profitabel: Fachverlagsgruppe in guter Verfassung

BertelsmannSpringer bleibt unangefochten die Nummer 1 in Deutschland und eine der international führenden Fachverlagsgruppen. Der konsolidierte

Gesamtumsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um 9,5 Prozent auf 749 Mio. €. Das Bereichsergebnis (EBITA) lag bei 68 Mio. €. Dies entspricht einer Umsatzrendite von 9 Prozent. Die Zahl der Mitarbeiter stieg auf 5.284 zum Geschäftsjahresende.

Im Überblick BertelsmannSpringer hat das Geschäftsjahr 2000/01 mit stabilen Erträgen abgeschlossen. Obwohl die Konjunkturlage in den für die Fachverlagsgruppe relevanten Branchen äußerst angespannt war, konnten in den operativen Stammgeschäften erneut hohe Renditen erwirtschaftet werden. Aufgrund eines effizienten Kosten- und Produktmanagements ließ sich im Bereich Science wieder eine deutliche Ertragssteigerung realisieren. So verbesserte die wissenschaftliche Springer-Gruppe ihr Ergebnis um ca. 40 Prozent. Auch die US-amerikanische Marktstellung ist nochmals ausgeweitet worden, vor allem in den Segmenten Biomedizin, Mathematik und Computer Science. Der Bereich Professional hat sich durch konsequente Kundenorientierung und aktive Portfoliopolitik gut behauptet.

// BertelsmannSpringer.de
// Springer.de

Im schwierigen Branchenumfeld des Bausektors trugen vor allem der Erwerb des ertragreichen Schweizer Verlags Schück Söhne AG und des deutschen Bauverlags zur erneuten Verbesserung der Marktposition bei stabilem Ertragsniveau bei. Durch weitere Arrondierungs-Akquisitionen sind die Bauverlage in Belgien und Osteuropa zu unangefochtenen Marktführern aufgestiegen. Im Bereich Verkehr lag das deutschsprachige Fahrschulgeschäft trotz eines stagnierenden Marktes deutlich über den Erwartungen, so dass die Einmalbelastungen aus notwendigen Investitionen im Internet gut verkraftet werden konnten. Zeitgleich hat die Verlagsgruppe ihre eBusiness-Aktivitäten strategisch neu positioniert. Durch die konsequente Integration der Online-Dienste in die Kerngeschäfte der Verlage sind die Marktauftritte vereinheitlicht und Anlaufverluste minimiert worden.

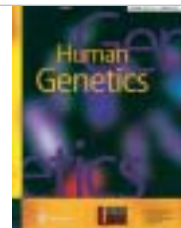
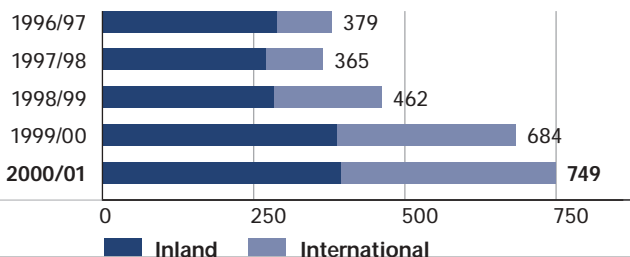
// schueck.ch
// bauverlag.de

Science, Technology, Medicine (STM) Im größten BertelsmannSpringer-Geschäftsbereich Science, Technology, Medicine (STM) wurden im vergangenen Jahr 473 Mio. € umgesetzt, was einem Wachstum von 8,7 Prozent entspricht.

Top-Informationen für
Wissenschaftler und
Professionals

Im Bereich Science haben sich Ressourcen-Bündelung und Kostenoptimierung positiv auf das Ergebnis ausgewirkt. Herausragend ist das Segment Mathematik. Dort ist BertelsmannSpringer unangefochten Weltmarktführer und deckt heute die gesamte Bandbreite ab, von Finanzmathematik bei Springer bis zum College-Material von Key Curriculum (Berkeley). Der Internetservice LINK, der die Inhalte von über 500 wissenschaftlichen Zeitschriften

// keypress.com
// link.springer.de



online anbietet, konnte seine Stellung vor allem in den USA deutlich ausbauen. Inzwischen haben über 90 Prozent aller dortigen Forschungsbibliotheken Nutzungsverträge abgeschlossen.

Die berufsbezogenen Medien des Bereichs Professional zeigten deutliche Zuwächse bei den Technik-Büchern des Verlags Vieweg und der Wirtschaftsliteratur aus dem Hause Gabler. Die neu unter dem Dach von BertelsmannSpringer Medizin Online zusammengefassten Internetangebote haben heute eine Alleinstellung im Markt der medizinischen Online-Information erreicht.

// vieweg.de
// gabler-online.de
// bsmo.de

Business-to-Business (B2B)
Behauptet in stagnierenden Märkten

Das B2B-Geschäft musste sich in konjunkturschwachen oder stagnierenden Märkten behaupten. Zusätzlich haben notwendige Investitionen in neue eBusiness-Aktivitäten eine Ertragsdelle verursacht. Der Bereich Bau ist dennoch gewachsen und deckt heute durch den Erwerb des traditionsreichen Bauverlags in Walluf die gesamte Wertschöpfungskette der Branche ab. In der Schweiz und in Belgien ist es durch gezielte Akquisitionen gelungen, Marktführerposition zu erreichen. In Großbritannien hat der Bauverlag ABI Building mit einer zweistelligen Umsatzrendite ein Spitzenergebnis erzielt.

// bauverlag.de
// abi-uk.co.uk

Auch im Bereich Verkehr haben einige Produktlinien trotz stagnierender Märkte ihre Gewinnerwartungen übertroffen. Vor allem das deutsche Fahrschulgeschäft des Verlags Heinrich Vogel ist mit einem Marktanteil von über 50 Prozent die unangefochtene Nummer 1 der Branche.

// heinrich-vogel.de

Ausblick

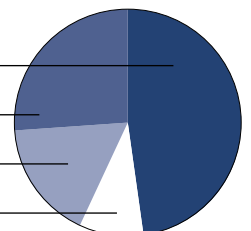
Im Zuge der Neuausrichtung der weltweiten Programm- und Vertriebsverantwortung wird sich der Geschäftsbereich Science, Technology, Medicine (STM) mittelfristig auf den weiteren Ausbau des internationalen Produktportfolios konzentrieren. Von hoher strategischer Bedeutung ist die Ergänzung der Print-Produkte mit Online-Angeboten. Kundenorientierung und Komplett-Services stehen im Mittelpunkt der Aktivitäten des Bereichs Professional. Der Geschäftsbereich Business-to-Business wird seine zielgruppenspezifischen Geschäftsmodelle für ganze Berufsgruppen ausbauen. Das angestrebte Wachstum des Unternehmens wird durch weitere Arrondierungs-Akquisitionen unterstützt.

Highlights

- BertelsmannSpringer Medizin Online ist das größte deutschsprachige Fachangebot im Internet mit 6 Millionen Page Impressions und 140.000 registrierten Nutzern
- Springer Taschenbuch **Dubbel** für den Maschinenbau verkauft eine Million Exemplare
- Elektronischer Wissenschaftsservice **LINK** verfügt über 15.000 Lizenzen mit Bibliotheken weltweit
- **Heinze BauDatenbank** mit 400.000 Artikeln online ist die einzigartige elektronische Bestellplattform für die deutsche Baubranche



Wissenschaftliche Publikationen	48
Business-to-Business	26
Berufsbezogene Literatur	17
Druck	9



Umsatz nach Geschäftsfeldern in Prozent




Yannick Pany - Call Center Agent

Umesh Nair - Business Development Manager

Ralf Bussas - Anwendungsentwickler



Unsere Kunden bekommen,
Arvato ist ein internationaler



Sabine Vogel - Assistentin des Geschäftsführers

Pinar Sen - Sekretärin

Frank Schell - Manager Debit Service

**was sie wollen - schnell, pünktlich, präzise.
Mediendienstleister auf dem Weg zum Global Player.**

Quantensprung: Arvato entwickelt sich durch internes Wachstum und Investitionen in neue Dimensionen

Die Arvato AG, der international vernetzte Medien-dienstleister der Bertelsmann AG, entwickelte sich im Geschäftsjahr 2000/01 in neue Dimensionen. Die Zahl der Mitarbeiter stieg auf 24.100 zum Geschäftsjahres-

ende. Der Umsatz erhöhte sich auf knapp 3 Mrd. €, das Bereichsergebnis (EBITA) kletterte um rund 7,5 Prozent auf 187 Mio. €. Insgesamt wurden die Investitionen mehr als verdoppelt, die Ausgaben für Firmenkäufe und Beteiligungserhöhungen erreichten ein neues Rekordniveau. Unmittelbar nach den Expansionsschritten ging Arvato in eine Phase der Konsolidierung über, um die Rendite nachhaltig zu optimieren.

Im Überblick

■ Basis für den um 17,1 Prozent gestiegenen Umsatz waren zum einen ein deutliches internes Wachstum in den Stammgeschäften, zum anderen Zukäufe. Durch die gezielten Expansionsschritte in den Bereichen Druck, Services und Spezialverlage stieg die Zahl der Länder, in denen Arvato tätig ist, von 17 auf 23 weltweit.

// bertelsmann-arvato.de

Die Internet-Aktivitäten entwickelten sich planmäßig. Die Aufbaukosten betrugen 44 Mio. € im Geschäftsjahr 2000/01. Mit diesen jungen Geschäften werden Online- mit Offline-Geschäften konsequent nach den Wünschen der Kunden verknüpft. Die Wertschöpfungskette wird erweitert. Arvato führt seine Tradition des Technologieführers fort.

Druck

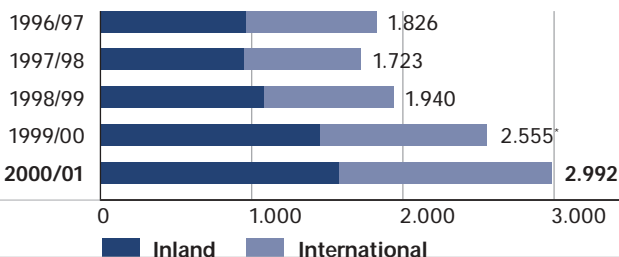
■ Die technische Weiterentwicklung und Erweiterung der Kapazitäten bildeten national und international den Schwerpunkt im Geschäftsfeld Druck. Millionen-Investitionen ermöglichten eine deutliche Ausweitung. Im Jahresverlauf verschlechterten sich die Rahmenbedingungen – unter anderem durch die sich weltweit abschwächende Konjunktur und die rasant gestiegenen Papierpreise. Dazu kamen neue Konkurrenten in Osteuropa. Außerdem belasteten gestiegene Energiekosten die Bilanzen.

Millionen-Investitionen für Kapazitäts-erweiterung

Spanien/Portugal

In Spanien hat Arvato Anfang 2001 die Druckereigruppe Novo Systema mit den Unternehmen Rotedic und Cobrhi erworben. Mit diesen auf die Fertigung von Zeitschriften und Werbebeilagen spezialisierten Rollenoffset-Druckereien am neuen Standort Madrid, also in unmittelbarer Nachbarschaft zu den größten spanischen Verlagen, optimiert Arvato den Service für die Kunden auf der iberischen Halbinsel. Arvato baut seine bereits bestehende

// rotedic.com
// cobrhi.es



Gesamtumsatz des Unternehmensbereiches in Mio. €

*Bereinigt um konzerninterne Umgliederungen

Marktführerschaft aus und erschließt mit seinen Geschäftspartnern neue Potenziale. Dies signalisiert auch der Firmenneubau von Printer Portuguesa in Lissabon, in dem die Produktion Mitte 2000 angelaufen ist.

Italien Das gegen Ende des vergangenen Geschäftsjahres in Italien gestartete Joint Venture mit dem Verlag Rizzoli machte die Arvato zum führenden Druckdienstleister im Markt der italienischen Zeitschriften.

USA Auch beim Anfang 2001 getätigten Erwerb von Coral Graphic Services (New York, Westminster) stand die Langfrist-Strategie der Arvato in den USA im Vordergrund, die Angebotskette für Geschäftspartner durch die Fertigung von mehrfarbigen Buch-Schutzumschlägen zu verlängern. Coral Graphic ergänzt die umfassenden Print- und Dienstleistungen der Arvato-Druckereien Berryville Graphics, Offset Paperback sowie des Veredlers Dynamic Graphic Finishing und offeriert den Kunden alles aus einer Hand.

// coralgraphics.com

Russland In Russland hat Arvato den Anteil an der Druckerei in Jaroslawl auf 51 Prozent aufgestockt. Damit festigt die Gruppe ihre Position in einem Markt, dem sie auf absehbare Zukunft ein erhebliches Wachstumspotenzial zutraut.

Services Bei der Bertelsmann Services Group standen im Geschäftsjahr 2000/01 die weitere Internationalisierung mit neuen Standorten in den Niederlanden, Singapur, Australien und Indien, das neue Ziel Großbritannien sowie der kräftige Ausbau der erfolgreichen Aktivitäten in Frankreich im Vordergrund. Dazu kamen das starke Wachstum der bisherigen Geschäfte sowie die Einbindung der Bertelsmann mediaSystems.

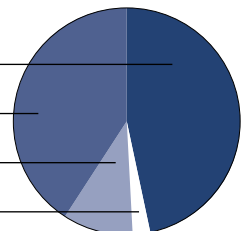
// bertelsmann-services.de
// mediasystems.bertelsmann.de

Internationalisierung mit neuen Standorten

BmS, der IT-Dienstleister der Bertelsmann AG und bis Ende August 2000 Teil des inzwischen aufgelösten Bertelsmann-Unternehmensbereichs Multimedia, positionierte sich rasch neu und baute als Profit Center das Geschäft verstärkt auch mit Auftraggebern außerhalb des Konzerns aus. Konsequenter und erfolgreicher wurden darüber hinaus die Aktivitäten von BmS mit dem international vernetzten Medien-Dienstleistungsgeschäft der Arvato verknüpft, was sich in der Wertschöpfungskette widerspiegelt. BmS bietet eine beachtliche Angebotsfülle. Das Leistungsspektrum reicht von der Software-Entwicklung, SAP-Consulting, Betrieb von Rechenzentren über Customer Relationship Management bis Web-Hosting.



Druck	46,7
Services	40,5
Spezialverlage	10
arvato.com	2,8



Umsatz nach Geschäftsfeldern in Prozent

Die Bertelsmann Services Group ist der europäische Marktführer für Kundenbindungssysteme. Mitte Oktober 2000 übernahm die Gruppe 70 Prozent der webmiles AG, München. Webmiles ist nun die europäische Nummer 1 für branchenübergreifende Online-Incentive-Systeme, ein großes und leistungsfähiges Unternehmen für Kundenbindungsprogramme.

// webmiles.de

Mit der Beteiligung an medicforma.com, dem Business-to-Business-Betreiber eines elektronischen Marktplatzes im europäischen Gesundheitswesen, sowie dem Aufbau von inforate, einem Anbieter von Online-Plattformen und Tools für sichere Zahlungsabwicklung von eCommerce-Geschäften, ist es gelungen, die in der Arvato vorhandenen traditionellen Geschäfte der Logistik um Internet-Aktivitäten zu erweitern.

// medicforma.com

Spezialverlage
Strategische
Neuausrichtung

Zum 1. Juli 2000 wurden im Rahmen der Neuordnung des Bertelsmann-Buchgeschäftes die Lexikon-Verlage inmediaONE] in die Arvato integriert. inmediaONE] setzte zeitgleich mit seiner Anbindung an die Arvato eine strategische Neuausrichtung um. Dazu gehören die enge Verzahnung seiner Verlage mit dem Portal wissen.de, die Bündelung der Direktvertriebe für die dazugehörigen Marken unter einheitlicher Führung sowie die rasche und umfassende Weiterentwicklung der Inhalte.

// inmediaone.de

// wissen.de

Auch hier verfolgt die Arvato konsequent ihr strategisches Ziel. Die Gruppe schafft Synergien, eröffnet zusätzliche Wachstumsperspektiven und nutzt neue Geschäftspotenziale. Die Verknüpfung der in der Arvato bereits vorhandenen Spezialverlage wie Kalender und Supplements sowie der B2B-Internetgeschäfte mit wissen.de, den Substanzverlagen und den Direktvertrieben nützt durch die deutliche Hebung des Synergie-Potenzials sowohl den Kunden und den traditionellen Arvato-Geschäften als auch dem neuen Unternehmen inmediaONE].

Mit der zum 1. Januar 2001 erfolgten Übernahme einer Mehrheitsbeteiligung (60 Prozent) an der Präsenta Promotion International GmbH (Solingen) komplettiert die Arvato-Kalendersparte ihre Fullservice-Angebote im Aktionsgeschäft. Gleichzeitig vergrößert sie für ihre nationalen und internationalen Business-Geschäftspartner ihre Dienstleistungs- und Warenpalette.

Umsatzfelder
Alle Bereiche wachsen

Alle drei Bereiche – Druck, Services und Spezialverlage – sind deutlich gewachsen. Der Umsatz der Services hat sich mit 1,3 Mrd. € mehr als verdoppelt. Die Spezialverlage steigerten den Jahresumsatz auf 298 Mio. €, der Druckbereich stieg auf 1,4 Mrd. €. Relativ betrachtet nahm der Anteil der Druck-Aktivitäten am Gesamtumsatz weiter deutlich ab (von 55 Prozent im Vorjahr auf 47 Prozent im Geschäftsjahr 2000/01), während sich der Bereich Services erneut erheblich gesteigert hat (von 36 auf 41 Prozent).



Auch die Entwicklungen beim Umsatz nach Regionen waren bemerkenswert: So wuchsen die Aktivitäten in den übrigen europäischen Ländern (von 16 auf 19 Prozent) wie in Amerika (von 12 auf 15 Prozent) rascher als in Deutschland, wo der Umsatzanteil am Gesamtgeschäft der Arvato von 72 auf 65 Prozent zurückging. Damit und durch die ersten Aktivitäten in Asien verstärkt die Arvato ihre Internationalität – eine logische Entwicklung aus den Anforderungen der Kunden, die global agieren.

Ausblick ■ Arvato wird sich im neuen Geschäftsjahr auf die Einbindung und Vernetzung der neuen Geschäfte mit den bestehenden, eine rasche und umfassende Optimierung üblicher Abläufe sowie eine gezielte Wachstumsstrategie konzentrieren.

Beispielhaft dafür ist die Mitte 2001 begonnene Integration der Bertelsmann-Speichermedien. Hierzu gehören Sonopress, der weltweit führende Hersteller von CDs und DVDs, die Multimedia-Druckerei topac sowie Digital World Services, der Vorreiter beim digitalen Rechnungmanagement im Internet. Die Gruppe hatte bis dahin dem Bertelsmann-Bereich BMG angehört.

// sonopress.com
// topac.de
// dwsc.com

Mit dem Wechsel wird zum einen der Bertelsmann-Struktur mit den drei strategischen Geschäftsfeldern Inhalte, Mediendienstleistungen und Endkundengeschäfte Rechnung getragen. Zum anderen ergänzen die Speichermedien mit ihren Dienstleistungen und Produkten das Arvato-Portfolio hervorragend und erlauben einen noch stärkeren Marktauftritt, die intensivere Nutzung von Synergien sowie einen deutlich erweiterten Service für die Kunden.

Darüber hinaus legt die Arvato ihre größten Schwerpunkte auf den kräftigen Ausbau digitaler Technologien in New- und Old Economy sowie der Dienstleistungsgeschäfte, die Festigung langjähriger Kundenbeziehungen und das Gewinnen neuer Vertragspartner. In den Planungen berücksichtigt sind das zunehmend schwierige Umfeld mit den sich auf hohem Niveau stabilisierenden Energiepreisen. Sorgen bereitet außerdem die labile Weltkonjunktur bei gleichzeitig weiter wachsenden Überkapazitäten. Arvato sieht sich gut gerüstet, um diesen Herausforderungen zu begegnen.

Highlights

- Umsatz von Arvato steigt auf knapp 3 Mrd. €
- Druckkapazitäten steigen um 30 Prozent
- 24.100 Mitarbeiter in 23 Ländern
- Verstärkte Internationalisierung mit neuen Standorten in den Niederlanden, Singapur, Australien und Indien
- Neuer Druckstandort Madrid optimiert den Kundenservice auf der iberischen Halbinsel
- Erwerb von Coral Graphics Services ergänzt umfassende Print- und Dienstleistungen in den USA
- 70 Prozent an webmiles übernommen
- Einbindung sowie Integration von Bertelsmann mediaSystems und inmediaOne]





Brandon Geist - Assistant Editor

Jeffrey Lutonsky - Graphic Artist

DIRECTGROUP
BERTELSMANN

Wir bieten alle Medien aus
Mitglieder und Kunden rund

A photograph of three people against a solid blue background. In the foreground, a woman with dark, wavy hair and a blue t-shirt with a white eagle graphic is holding a computer mouse with both hands, looking directly at the camera with a slight smile. Behind her, a man with long dark hair is looking towards the camera with a neutral expression. In the bottom left corner, a woman with dark hair is smiling broadly. The overall composition is centered and professional.

Nicole Keller - Online Assistant Content Manager

Justin Pae - Site Coordinator

Rosalyn Pak - Web Designer

einer Hand. Shops, Kataloge, Internet - für 60 Millionen um den Globus.

DirectGroup Bertelsmann – globaler Trendsetter des integrierten Vertriebs von Medienprodukten

Alle Medien über alle Wege und aus einer Hand. Multi-channel lautet die Strategie der DirectGroup Bertelsmann, die zu Beginn des Geschäftsjahres 2000/01 als Allianz aller Endkundengeschäfte der Bertelsmann AG gegründet

worden war. Bertelsmann bietet Medienprodukte über alle verfügbaren Wege an – im Shop, im Katalog, über den persönlichen Verkaufsberater und via Internet. Ziel ist es, den weltweit rund 60 Millionen Kunden und Mitgliedern ein exakt auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenes Produktangebot und einen komfortablen Medienservice zu präsentieren. In ihrem ersten Geschäftsjahr erwirtschaftete die DirectGroup Bertelsmann mit 15.192 Mitarbeitern (30. Juni 2001) in 22 Ländern einen Umsatz in Höhe von 3,8 Mrd. €. Beim Bereichsergebnis (EBITA) lag der Unternehmensbereich mit 53 Mio. € im Minus.

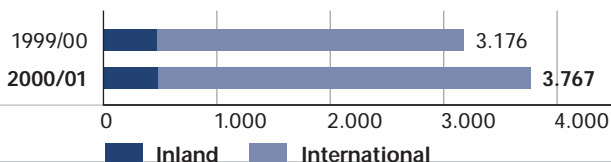
Im Überblick Die DirectGroup setzt als neuer Unternehmensbereich der Bertelsmann AG auf die Stärken des Direktmarketings und der Programmkompetenz aus den Traditionsgeschäften. Diese werden mit dem Online-Vertrieb von Büchern und Musik zu einer starken weltweiten Einheit verbunden. Sie ist weltweit die Nummer 1 der Medienclubs (Bücher und Musik). Dieser Geschäftsbereich zählt mehr als 40 Millionen Kunden, die als eingeschriebene Mitglieder regelmäßig Medienprodukte bei Firmen der DirectGroup kaufen. Hinzu kommen rund 20 Millionen registrierte Kunden und Nutzer der eCommerce-Geschäfte sowie der Online-Services.

USA: Größter Markt Mehr als 40 Spezialclubs Über 50 Prozent ihrer Umsätze (ca. 2 Mrd. €) hat die DirectGroup in ihrem ersten Geschäftsjahr in den USA erwirtschaftet, die damit vor Europa der größte Markt sind. BOOK-SPAN – ein Joint Venture zwischen Doubleday Direct und dem Book-of-the-Month Club – ist mit über 9 Millionen Mitgliedern der führende Direktvermarkter von Buchclubs in den USA. Vier General-Interest-Clubs genießen hohe Bekanntheit, **Book-of-the-Month Club**, **The Literary Guild**, **Quality Paperback Book Club** und **Doubleday Book Club**. Daneben haben sich mehr als 40 Spezialclubs etabliert, die die Bedürfnisse spezifischer Zielgruppen erfüllen. **One Spirit** etwa ist ein Club für spirituelle Themen und Wellness. **Black Expressions** bietet gegenwärtige und klassische afro-amerikanische Autoren und **Mystery Guild** bedient die Fans von Mystery-Themen.

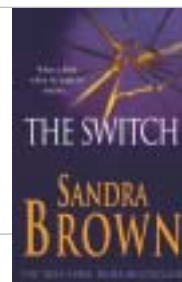
// bomc.com
// literaryguild.com
// joinqpb.com
// doubledaybookclub.com
// joinonespirit.com
// blackexpressions.com
// mysteryguild.com

Im Dezember 2000 hat die DirectGroup Bertelsmann das auf eMail-Marketing spezialisierte Unternehmen **ZOOBA.com** übernommen. Registrierte Nutzer erhalten zu selbst gewählten Themengebieten eMails mit redaktionell aufbereiteten Inhalten sowie spezialisierten Medienangeboten. Auf diesem Weg können die Spezialclubs auf ihre Angebote aufmerksam machen und Mitglieder binden.

// zooba.com



Gesamtumsatz des Unternehmensbereiches in Mio. €



BeCG: Die vorwiegend aus New York agierende Bertelsmann eCommerce Group (BeCG) hat die Integration aller Plattformen des digitalen und physischen Vertriebs von Medien-Inhalten über Internet, Broadband und mobile Netze zum Ziel. Die in der BeCG zusammengefassten Unternehmen erwirtschafteten im Geschäftsjahr 2000/01 mit 2.050 Mitarbeitern (30. Juni 2001) einen Umsatz in Höhe von rund 1 Mrd. €.

Der Aufbau des größten Musikvertriebs in den USA hat strategische Bedeutung für das Unternehmen. Die Einheit BeMusic – im Juli 2001 als Teil der BeCG gebildet – hat das Ziel, die gesamte Wertschöpfungskette im Online- und Offline-Vertrieb von Musik abzudecken. Die BeMusic-Websites haben netto 8,9 Millionen Unique Visitors in den USA und damit einen Marktanteil von rund 50 Prozent in der Kategorie „Music Retail“ (MMXI, Juni 2001).

Zu dem Firmennetzwerk gehören folgende Unternehmen:

■ **BMG Music Service**, der führende Katalog- und Internet-basierte Musikclub mit mehr als 12 Millionen Mitgliedern in den USA; ■ **CDNOW**, der in den USA führende Musik-CD-Vertrieb über das Internet mit 5 Millionen Kunden (im September 2000 übernommen); ■ im Mai 2001 gab die BeCG die Absicht zur Übernahme des Pionier-Unternehmens **myplay Inc.** mit 6,5 Millionen registrierten Usern bekannt. Das Unternehmen stellt seinen Nutzern digitalen Speicherplatz für Musikdateien im Internet bereit.

// bmgmusicservice.com
// cdnow.com
// myplay.com

Im Oktober 2000 hat die BeCG eine strategische Allianz mit **Napster** als einer der weltweit größten Musiktaschbörsen abgeschlossen. Mit einem Kredit unterstützt Bertelsmann die Entwicklung eines Geschäftsmodells durch Napster, das den berechtigten Urheberrechtsinteressen von Musikern und Plattenfirmen ebenso gerecht wird wie den Wünschen der Musikfans und der Napster-Community. Die Software für den sicheren Austausch von Musik wird zu Teilen von Digital World Services, einem Joint Venture von BeCG und dem Bertelsmann-Unternehmensbereich Arvato entwickelt.

// napster.com

Auch am sich dynamisch entwickelnden amerikanischen eCommerce-Markt ist die BeCG beteiligt. Bertelsmann hält 36 Prozent Anteile an dem börsennotierten Unternehmen **barnesandnoble.com**. Die Nummer 2 im amerikanischen Online-Vertrieb von Büchern und Medien konnte durch ein größeres Wachstum beim Umsatz mit Medienprodukten Marktanteile gegenüber den Wettbewerbern gewinnen.

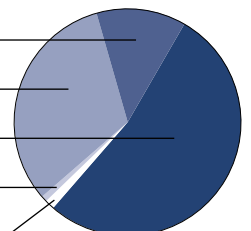
// barnesandnoble.com

Europa: In Europa vertrauen rund 16 Millionen Clubkunden den exklusiven Angeboten sowie dem zuverlässigen Service der Unternehmen der DirectGroup. Bekannte Marken wie **France Loisirs** (in Frankreich, Belgien, Schweiz, Kanada), **BCA** (Großbritannien), **Circulo de Lectores** (Spanien), **Circulo de Leitores** (Portugal), **Der Club** (Deutschland), **Mondolibri** (Italien), **Swiat Ksiazki Club** (Polen) oder **Donauland** (Österreich) stehen für Kompetenz bei der Auswahl von Inhalten sowie Professionalität im Direktvertrieb mit Medienprodukten.

// franceloisirs.com
// bca.co.uk
// circulo.es
// circuloleitores.pt
// derclub.de
// mondolibri.it
// swiatksiazki.pl
// donauland.at



Deutschland	12,7
Übrige europäische Länder	31,9
Nordamerika	53,2
Asien	0,8
Sonstige Länder	1,4



Umsatz nach Regionen in Prozent

Zahlreiche exklusive Clubpremierer – Bücher, die vor dem Buchhandel im Club erschienen sind – haben sich zu Bestsellern entwickelt. Dazu zählen *Die Vergebung* von Tim Griggs in Deutschland (358.745 verkaufte Exemplare) oder der Roman *Feu de Glace* von Nicci French in Frankreich (490.000 verkaufte Exemplare). Um die Inhaltekompetenz und die Internationalität der Clubgeschäfte deutlich zu machen, erscheint im vierten Quartal des Jahres 2001 erstmals ein Roman als exklusive Clubpremiere in sieben europäischen Ländern: *Palast der Königin* von Mireille Calmel. Neben der Exklusivität zählen Aktualität und klare Preisvorteile zu den Stärken der europäischen Clubangebote.

Europaweit verfügen die Clubs über rund 600 Filialen, die im Geschäftsjahr 2000/01 modernisiert worden sind und mit zusätzlichen Dienstleistungen als Service-Points positioniert werden. Die Kataloge wurden auf der Basis aktueller Marketingkenntnisse überarbeitet. Das World Wide Web ist heute integraler Bestandteil der Stammgeschäfte, die Internet-Auftritte sind ausgebaut worden. Weltweit haben die Clubs im Geschäftsjahr 2000/01 bereits bis zu 9 Prozent ihrer Umsätze über das Internet erwirtschaftet. Insgesamt konnten über das Web weltweit 1,4 Millionen neue Mitglieder gewonnen werden.

**BOL Bertelsmann
Online
Integration in die
Clubgeschäfte**

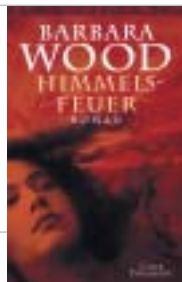
■ Auf ein weiteres Wachstum im Internet sind die Unternehmen der DirectGroup sehr gut vorbereitet. Dazu beitragen wird die grundlegende Neustrukturierung der europäischen und asiatischen eCommerce- und Clubgeschäfte. Rund zwei Jahre nach seinem Start ist der internationale Medien- und Entertainmentshop BOL im Mai 2001 in die regionalen Clubgeschäfte integriert worden. Online- und Offline-Geschäfte werden verzahnt, weil die Kunden sowohl im Internet als auch per Katalog oder im Shop einkaufen wollen.

// bol.de

BOL International hat sich im Geschäftsjahr 2000/01 dynamisch entwickelt. Der Umsatz ist im Vergleich zum Vorjahr um 185 Prozent auf annähernd 100 Mio. € gewachsen. In Deutschland liegt BOL mit einem Wachstum von 163 Prozent über dem durchschnittlichen Wachstum der Branche von 129 Prozent. Die Zahl der Kunden ist international um 140 Prozent auf 2,5 Millionen gestiegen. In Europa und Asien hat BOL sichere Nummer-2-Positionen im Medien-eCommerce eingenommen. In Norwegen, Dänemark, Frankreich und Spanien wurde das BOL-Angebot aufgrund eines schwierigen Marktumfeldes eingestellt. In Japan wird das BOL-Angebot in Kooperation mit dem eCommerce-Anbieter BK1 weitergeführt.

**Asien:
Vielversprechender
Zukunftsmarkt**

■ In Asien hat die DirectGroup ihre Geschäftsaktivitäten ausgeweitet. Der Buchclub in Shanghai zählt bei deutlichem Wachstum über 1,5 Millionen Mitglieder, von denen rund 60 Prozent unter 24 Jahre alt sind. Das Unternehmen hat Kunden in den wichtigsten Städten Chinas.



Seit dem 19. Dezember 2000 ist BOL China auf dem Markt, eine der ersten internationalen Plattformen, die den Vertrieb von Medienprodukten in der Volksrepublik ermöglichen. Die Kunden können aus 60.000 Buchtiteln auswählen, die BOL landesweit ausliefern kann. Pro Tag besuchen derzeit rund 50.000 Kunden die Website von BOL China, das damit 10 Prozent des Online-Buchmarktes in China bedient. Ziel ist es, in naher Zukunft der führende Anbieter zu sein.

// bolchina.com

Auch der südkoreanische Markt hat sich sehr positiv entwickelt. Der dortige Buchclub – im Januar 2000 gestartet – hat inzwischen über 230.000 Mitglieder. Die Umsätze sind im Vergleich zum Vorjahr um den Faktor 5 gewachsen. Im Dezember 2000 wurde eine neue Website gelauncht, die das Internet-Geschäft weiter befördert hat. So konnten im Geschäftsjahr 2000/01 rund 40.000 neue Mitglieder online geworben werden; der Anteil des eCommerce am Gesamtumsatz des Clubs liegt bei annähernd 10 Prozent.

Ausblick ■ Die Grenzen zwischen Online- und Offline-Welt verschwinden zunehmend. Konsequenterweise wird die DirectGroup Bertelsmann ihre Endkundengeschäfte zu Community-Geschäften mit Medienfokus weiterentwickeln. Im Dezember 2000 wurde in den Clubs mit der Installation einer komplexen neuen Informationstechnologie begonnen. Diese Technologie unterstützt den strategischen Ansatz der DirectGroup, segmentspezifische Medienangebote an klar definierte Zielgruppen zu machen. Die positiven Erfahrungen mit Spezialclubs in den USA und Großbritannien werden angepasst auch auf die Clubgeschäfte in Europa übertragen. Im Juni 2001 ist der erste Testlauf für einen Spezialclub in Deutschland – Moments – angelaufen, im Herbst 2001 startet in Frankreich ein spezielles Angebot für Krimifans.

// momentsclub.de

Bertelsmann wird als eines der ersten Medienunternehmen der Welt seinen Kunden die Möglichkeit anbieten, Songs sowohl per CD als auch digital über das Internet zu hören – egal an welchem Ort. Alle Medien über alle Wege und aus einer Hand – auf diesem Pfad geht die DirectGroup in die Zukunft.

Highlights

- Mit rund 60 Millionen Mitgliedern und Kunden rund um den Globus bedient die DirectGroup eine der größten Medien-Communities der Welt
- Zur DirectGroup gehören rund 150 Medienclubs in 19 Ländern der Erde
- Die Buchclubs verschicken jährlich 170 Millionen Bücher
- 12 Prozent aller neuen Buchclubmitglieder im letzten Jahr wurden über das Internet gewonnen
- Rund 20 Millionen Nutzer besuchen monatlich die eCommerce-Angebote der DirectGroup
- Die DirectGroup hat nach Unique Visitors mit ihren Buchclubs und Beteiligungen einen Marktanteil von 25 Prozent am Online-Buchmarkt in den USA
- BeMusic verschickt jährlich 150 Millionen CDs an seine Kunden und ist damit der größte CD-Direktversender der USA



Aufsichtsrat

Reinhard Mohn

Ehrenvorsitzender
Gütersloh

Gerd Schulte-Hillen

Vorsitzender
(ab 1. November 2000)

Stellvertretender Vorsitzender des Präsidiums
der Bertelsmann Stiftung und Gesellschafter
der Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft mbH
(BVG), Gütersloh/Hamburg

Dr. Dieter H. Vogel

Stellvertretender Vorsitzender
Geschäftsführender Gesellschafter der
Bessemer, Vogel und Treichl GmbH, Düsseldorf

Dr. Rolf-E. Breuer

Sprecher des Vorstandes der
Deutsche Bank AG, Frankfurt am Main
(ab 1. Dezember 2000)

Dr. Hugo Bütler

Chefredakteur und Geschäftsführer
Neue Zürcher Zeitung, Zürich, Schweiz

André Desmarais

President und Co-Chief Executive Officer
der Power Corporation of Canada, Montréal,
Quebec, Kanada
(ab 5. Juli 2001)

Dr. Michael Hoffmann-Becking

Rechtsanwalt, Düsseldorf

Martin Kohlhaussen

Sprecher des Vorstandes der
Commerzbank AG, Frankfurt am Main
(bis 30. November 2000)

Oswald Lexer

Mitglied des Konzernbetriebsrates
der Bertelsmann AG, Gütersloh

Liz Mohn

Mitglied im Präsidium der Bertelsmann
Stiftung und Gesellschafterin der Bertelsmann
Verwaltungsgesellschaft mbH (BVG), Gütersloh
(ab 5. Juli 2001)

Willi Pfannkuche

Stellvertretender Vorsitzender des
Konzernbetriebsrates der Bertelsmann AG,
Gütersloh

Erich Ruppik

Vorsitzender des Konzernbetriebsrates der
Bertelsmann AG, Gütersloh

Gilles Samyn

Managing Director der CNP Compagnie
Nationale à Portefeuille S.A., Loverval, Belgien
(ab 5. Juli 2001)

Dr. Ronaldo Schmitz

Vorstandsmitglied der Deutsche Bank AG,
Frankfurt am Main
(bis 30. November 2000)

Prof. Dr. Jürgen Strube

Vorsitzender des Vorstandes der BASF AG,
Ludwigshafen
(ab 1. Dezember 2000)

Dr. Uwe Swientek

Vorsitzender der Führungskräftevertretung
der Bertelsmann AG, Gütersloh

Heinrich Weiss

Vorsitzender des Vorstandes der SMS AG,
Düsseldorf

Dr. Mark Wössner

Vorsitzender
Gütersloh
(bis 31. Oktober 2000)

Bernd Wrede

Vorsitzender des Vorstandes der
Hapag-Lloyd AG, Hamburg



Gerd Schulte-Hillen
Vorsitzender des Aufsichtsrates
der Bertelsmann AG

Bericht des Aufsichtsrates

Der Aufsichtsrat ist regelmäßig mündlich und schriftlich über die Entwicklung der Geschäfte, über die Lage des Unternehmens und die wesentlichen Investitionsvorhaben unterrichtet worden. Er hat die wichtigen Geschäftsvorfälle mit dem Vorstand besprochen und die Geschäftsführung überwacht.

Der Konzernabschluss der Bertelsmann AG zum 30. Juni 2001 sowie der Lagebericht des Konzerns für das Geschäftsjahr 2000/01 sind von der KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Frankfurt am Main, geprüft und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden.

Der Abschlussprüfer hat an der Bilanzsitzung des Aufsichtsrates teilgenommen und Bericht erstattet. Von dem Ergebnis der Prüfung hat der Aufsichtsrat zustimmend Kenntnis genommen. Auch nach dem abschließenden Ergebnis einer eigenen Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichtes sind keine Einwendungen zu erheben. Der Aufsichtsrat billigt den vom Vorstand aufgestellten Konzernabschluss.

Im Laufe des Geschäftsjahres ergaben sich folgende Veränderungen in der Zusammensetzung des Aufsichtsrates: Dr. Mark Wössner, der das Gremium seit dem 1. November 1998 als Vorsitzender geleitet hat, trat mit Wirkung zum 31. Oktober 2000 von dieser Funktion zurück. Der Aufsichtsrat dankt Dr. Mark Wössner für seine engagierte Arbeit zum Wohle des Unternehmens an herausragenden Positionen. Neuer Vorsitzender wurde mit Wirkung zum 1. November 2000 Gerd Schulte-Hillen nach seinem Ausscheiden als stellvertretender Vorsitzender aus dem Vorstand der Bertelsmann AG. Neu in das Gremium berufen wurden Dr. Rolf-E. Breuer, Sprecher des Vorstandes der Deutsche Bank AG und Professor Dr. Jürgen Strube, Vorsitzender des Vorstandes der BASF AG (jeweils zum 1. Dezember 2000). Ausgeschieden sind Dr. Martin Kohlhaussen, Sprecher des Vorstandes der Commerzbank AG, und Dr. Ronaldo Schmitz, Mitglied des Vorstandes der Deutsche Bank AG (jeweils zum 30. November 2000). Der Aufsichtsrat dankt den ausgeschiedenen Mitgliedern für ihre langjährige Arbeit.

Nach Abschluss des Geschäftsjahres ergaben sich weitere Veränderungen: Mit dem Eintritt der Groupe Bruxelles Lambert S.A. (GBL) in den Gesellschafterkreis der Bertelsmann AG zum 1. Juli 2001 ist gleichzeitig der Aufsichtsrat der Bertelsmann AG von bisher 12 auf 15 Mitglieder erweitert worden. Neu in das Gremium berufen wurden Liz Mohn, Mitglied im Präsidium der Bertelsmann Stiftung und Gesellschafterin der Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft mbH (BVG), André Desmarais, President und Co-Chief Executive Officer der Power Corporation of Canada sowie Gilles Samyn, Managing Director der CNP Compagnie Nationale à Portefeuille.

In den Vorstand der Bertelsmann AG wurden vier neue Mitglieder berufen: Rolf Schmidt-Holtz mit Wirkung zum 1. Juli 2000, Bernd Kundrun zum 1. November 2000, Arnold Bahlmann und Rudi Gassner zum 1. Januar 2001 sowie Peter Olson zum 1. April 2001. Nach dem plötzlichen Tode von Rudi Gassner Ende Dezember 2000, übernahm Rolf Schmidt-Holtz im Januar 2001 zusätzlich die Leitung der Bertelsmann Music Group (BMG). Mit Wirkung zum 1. Oktober 2001 wurde Hartmut Ostrowski zum stellvertretenden Vorstandsmitglied berufen. Zum 1. September 2002 wird er ordentliches Vorstandsmitglied.

Auch im Geschäftsjahr 2000/01 hat sich der vielfältige und teilweise tiefgreifende Wandel des unternehmerischen Umfeldes, in dem sich Bertelsmann bewegt, fortgesetzt. Bertelsmann hat erneut bewiesen, dass dieser Wandel als Chance genutzt wird, die Zukunft des Unternehmens zu gestalten und den Weg zu weiterem ertragreichen Wachstum zu öffnen. Entsprechend seiner strategischen Zielsetzung hat Bertelsmann durch hohe Investitionen zentrale Geschäftsfelder weiter gestärkt und das Portfolio durch neue Kooperationen, aber auch durch Desinvestitionen weiter optimiert. Diesen fortgesetzten Wandel hat der Aufsichtsrat aktiv begleitet. Mit Dank und Anerkennung würdigt der Aufsichtsrat die Leistungen von Vorstand, Führungskräften und Mitarbeitern des Hauses.

Gütersloh, den 31. Oktober 2001

Gerd Schulte-Hillen

Corporate Governance bei Bertelsmann

Wie kaum ein anderes Thema hat „Corporate Governance“ die unternehmerische und wirtschaftspolitische Diskussion des letzten Jahres geprägt. Nachdem zunächst vor allem institutionelle Investoren aus dem angelsächsischen Raum ihre Vorstellungen von einer transparenten und wirksamen Unternehmensaufsicht deutlich machten, ist inzwischen auch hierzulande eine Reformdebatte auf breiter Front in Gang gekommen.

Leitbild der aktiven Unternehmensaufsicht

Bei Bertelsmann wurde die Weiterentwicklung der Unternehmensverfassung mit dem Ziel, ein möglichst effizientes System zur Leitung und Aufsicht des Unternehmens zu schaffen, seit jeher als eine der zentralen Führungsaufgaben verstanden. Daher bildete das deutsche Aktiengesetz den rechtlichen Rahmen für die Vorstands- und Aufsichtsratsarbeit bei Bertelsmann, den es im Sinne einer effektiven Unternehmensaufsicht auszufüllen galt. Die Sicherstellung eines leistungsfähigen Corporate-Governance-Systems ist deshalb ein Teil des Selbstverständnisses der Unternehmenskultur bei Bertelsmann. Unter den Befürwortern einer modernen und aktiven Aufsichtsratsarbeit hat Bertelsmann schon unter Reinhard Mohn stets eine Vorreiterrolle eingenommen. Als aktives Organ mit der Pflicht zur eigenen Untersuchung orientierte sich beispielsweise der Aufsichtsrat der Bertelsmann AG schon in den 80er Jahren in seiner praktischen Arbeit am Leitbild des partnerschaftlich verfassten Unternehmens und der aktiven Unternehmensaufsicht.

Vorstand und Aufsichtsrat sind bei Bertelsmann seither gefordert, im intensiven und konstruktiv-kritischen Dialog die Erfordernisse einer wirksamen Unternehmenskontrolle mit dem Bedürfnis nach schnellen und schlanken Entscheidungsprozessen in Einklang zu bringen. Als Konsequenz wurden seit Mitte der 80er Jahre bestimmte Aufgaben und Funktionen der Aufsichtsratsarbeit verstärkt in die Ausschüsse des Aufsichtsrates delegiert. Bereits frühzeitig wurden explizite Kriterien und Qualifikationsanforderungen für die Auswahl der Mitglieder des Bertelsmann-Aufsichtsrates entwickelt. Dass die Mitarbeiter bei Bertelsmann als unverzichtbare Partner bei der Erreichung der Unternehmensziele angesehen werden, ist ein besonderes Element unserer Unternehmenskultur. Dies zeigt sich unter anderem daran, dass im Aufsichtsrat der Bertelsmann AG, obwohl diese als sogenannter Tendenzbetrieb von den Pflichten der paritätischen Mitbestimmung befreit ist, auch Vertreter der Mitarbeiter und Führungskräfte mit Sitz und Stimme vertreten sind.

Die in der Geschäftsordnung des Aufsichtsrates der Bertelsmann AG zu Corporate Governance definierten Prozesse und Strukturen gehen nicht nur über die gesetzlichen Vorgaben hinaus – sie decken auch weitgehend die im Zuge der Corporate-Governance-Diskussion jüngst konkretisierten Anforderungen an eine zeitgemäße, aktive Unternehmensaufsicht ab.

**Evaluation als
fortlaufender Prozess**

Erreicht hat Bertelsmann dies durch die regelmäßige Evaluation der Vorstands- und Aufsichtsratsarbeit und die kontinuierliche Weiterentwicklung seiner Corporate-Governance-Standards. Die Anforderungen an die Arbeit des Aufsichtsrates sind in dem zunehmend komplexen Umfeld der Medien- und Kommunikationsmärkte deutlich gestiegen. Vorstand und Aufsichtsrat haben daher den Dialog über Strategie und Unternehmensgrundsätze von Bertelsmann weiter intensiviert. Bewährte Praxis sind die konsequente Verfolgung der Arbeitsschwerpunkte und die kontinuierliche Verbesserung der Arbeitsweisen in und zwischen den verantwortlichen Gremien. So werden beispielsweise zu spät erkannte oder nicht ausreichend thematisierte Fehlentwicklungen zum Anlass genommen, die Informations-, Berichts- und Steuerungssysteme zu überprüfen und weiter zu entwickeln.

Im Zuge des Reformprozesses sind im abgelaufenen Geschäftsjahr ferner die Aufgaben der Aufsichtsratsausschüsse neu geordnet worden. Für die Arbeit im Personalausschuss, im Prüfungs- und Finanzausschuss, im Strategie- und Investitionsausschuss und im Arbeitskreis der Mitarbeiter- und Führungskräftevertretung sind die Zuständigkeiten und Aufgabenschwerpunkte in der Verzahnung mit dem Plenum neu geregelt worden. Dabei wurden das Delegationsprinzip weiter gestärkt und Zuständigkeiten der Ausschüsse erweitert, Genehmigungsgrenzen für Investitionsprojekte angehoben und gleichzeitig die Berichtspflichten der Ausschüsse gegenüber dem Plenum konkretisiert. Insbesondere die volle Entscheidungsbefugnis der Ausschüsse in definierten Grenzen soll das Plenum zeitlich entlasten und somit dem Gesamtaufsichtsrat die Fokussierung auf die grundlegenden Themen ermöglichen. Infolge des Aktientausches mit der Groupe Bruxelles Lambert wurde der Aufsichtsrat Anfang Juli 2001 von 12 auf 15 Mitglieder erweitert und damit bereits strukturell auf einen möglichen Börsengang der Bertelsmann AG in den nächsten Jahren vorbereitet. Zudem wird eine weitere Internationalisierung des Gremiums angestrebt.

Derzeit überprüfen Vorstand und Aufsichtsrat der Bertelsmann AG die Corporate-Governance-Standards des Unternehmens vor dem Hintergrund der von der „Regierungskommission Corporate Governance“ im Juli 2001 ausgesprochenen Empfehlungen. Um den Anforderungen internationaler Anleger nach mehr Transparenz Rechnung zu tragen, wird eine weitere Expertenkommission der Bundesregierung bis zum Frühjahr 2002 einen „Corporate-Governance-Kodex“ für deutsche Unternehmen ausarbeiten. Das Management und der Aufsichtsrat der Bertelsmann AG begrüßen die Initiative und beabsichtigen, sich an einen solchen Standard anzulehnen und darüber hinaus die zentralen, für die Bertelsmann AG spezifischen Corporate-Governance-Standards und Prozeduren weiter auszubauen und offen zu legen. Bertelsmann wird sich als internationales Medienunternehmen weiter intensiv mit dem Thema Corporate Governance und insbesondere den spezifischen Anforderungen an börsennotierte Unternehmen beschäftigen.

Gerd Schulte-Hillen

71	Konzernbilanz
72	Gewinn- und Verlustrechnung
73	Kapitalflussrechnung
74	Anhang
76	Erläuterungen zur Bilanz
87	Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
93	Gewinnverwendung
94	Bestätigungsvermerk

Konzernabschluss

vom 1. Juli 2000 bis 30. Juni 2001

Konzernbilanz

Aktiva	zum 30. Juni 2001	Anhang	Mio. €	30.6.2001 Mio. €	Vorjahr Mio. €
	Anlagevermögen				
Immaterielle Vermögensgegenstände		1	4.241		3.857
Sachanlagen		2	2.767		2.125
Finanzanlagen		3	1.451		1.290
				8.459	7.272
Umlaufvermögen					
Vorräte		4	2.212		1.696
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		5	5.822		5.052
Wertpapiere		6	125		119
Flüssige Mittel		6	700		375
				8.859	7.242
Rechnungsabgrenzungsposten		7		233	178
				17.551	14.692
Passiva	zum 30. Juni 2001	Anhang	Mio.€	30.6.2001 Mio.€	Vorjahr Mio.€
Eigenkapital					
Gezeichnetes Kapital		8	463		463
Genusskapital		9	706		687
Gewinnrücklagen		10	1.311		1.048
Ausschüttungen der Bertelsmann AG			145		164
Anteile Konzernfremder		11	1.876		1.276
				4.501	3.638
Rückstellungen		12			
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen			1.537		1.446
Übrige Rückstellungen			4.172		2.914
				5.709	4.360
Finanzschulden		13		2.706	2.642
Andere Verbindlichkeiten		14		4.239	3.734
Rechnungsabgrenzungsposten		15		396	318
				17.551	14.692

Gewinn- und Verlustrechnung

vom 1. Juli 2000 bis 30. Juni 2001	Anhang	2000/01 Mio.€	Vorjahr Mio.€
Umsatzerlöse	16	20.036	16.524
Bestandsveränderungen und andere aktivierte Eigenleistungen	17	422	60
Gesamtleistung		20.458	16.584
Sonstige betriebliche Erträge	18	4.612	1.607
Materialaufwand	19	-7.311	-5.171
Honorar- und Lizenzaufwand	20	-1.840	-1.912
Personalaufwand	21	-4.782	-3.755
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	22	-1.419	-946
Sonstige betriebliche Aufwendungen	23	-6.673	-5.154
Beteiligungsergebnis	24	-451	37
Zinsergebnis	25	-302	-190
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		2.292	1.100
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	26	-1.322	-428
Jahresüberschuss		970	672
Gewinnverwendung			
Konzernfremden Gesellschaftern zustehender Gewinn		-261	-300
Auf konzernfremde Gesellschafter entfallender Verlust		77	57
Einstellung in Gewinnrücklagen		-641	-265
Ausschüttungen der Bertelsmann AG		-145	-164
davon an Genussscheininhaber		-95	-76
davon an Aktionäre		-50	-88

Kapitalflussrechnung

vom 1. Juli 2000 bis 30. Juni 2001	Mio. €	2000/01 Mio. €	Mio. €	Vorjahr Mio. €
Geschäftstätigkeit				
Jahresüberschuss	970		672	
Abschreibungen auf das Anlagevermögen	1.644		1.121	
Zunahme des Genusskapitals und der langfristigen Rückstellungen	108		82	
Sonstige zahlungswirksame und nicht zahlungswirksame Aufwendungen/Erträge	-2.059		-558	
Cash Flow nach DVFA/SG	663		1.317	
Gewinn aus Anlagenabgang	-39		-11	
Veränderung der Vorräte	-88		13	
Zunahme der Forderungen, sonstigen Vermögensgegenstände und aktivischen Rechnungsabgrenzungsposten	-421		-557	
Veränderung der kurzfristigen Rückstellungen	-21		210	
Veränderung der Verbindlichkeiten und passivischen Rechnungsabgrenzungsposten	-327		319	
Mittelabfluss/Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit		-233		1.291
Investitionstätigkeit				
Auszahlungen für Investitionen	-3.268		-2.049	
Erlöse aus Anlagenabgang	4.414		554	
Mittelzufluss/Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit		1.146		-1.495
Finanzierungstätigkeit				
Veränderung des Eigenkapitals	25		-46	
Gewinnausschüttungen	-375		-268	
Veränderung der Finanzschulden	-238		814	
Mittelabfluss/Mittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit		-588		500
Zahlungswirksame Veränderung der Flüssigen Mittel, Wertpapiere		325		296
Wechselkursbedingte Veränderung der flüssigen Mittel, Wertpapiere		6		-2
Flüssige Mittel, Wertpapiere zum Jahresanfang		494		200
Flüssige Mittel, Wertpapiere zum Jahresende		825		494

Anhang

Der Konzernabschluss der Bertelsmann AG wird nach den Rechnungslegungsvorschriften des Handelsgesetzbuches aufgestellt. Die Umstellung auf den Euro ist noch nicht erfolgt. Gleichwohl erfolgte eine Umrechnung des Konzernabschlusses und Konzernlageberichts in Euro. Der Ausweis erfolgt in Millionen Euro.

Um die Übersichtlichkeit der Darstellung zu verbessern, werden einzelne Posten der Bilanz sowie der Gewinn- und Verlustrechnung zusammengefasst. Diese Posten sind im Anhang gesondert ausgewiesen.

Die Gewinn- und Verlustrechnung wird nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt.

Die Bertelsmann AG sowie die zu ihrem Organschaftskreis gehörenden deutschen Tochtergesellschaften haben aus steuerlichen Gründen ihre Geschäftsjahre zum 31. Dezember 2000 auf das Kalenderjahr umgestellt. Für die Mehrheit der einbezogenen Gesellschaften endet das Geschäftsjahr zum 30. Juni 2001. Die Gesellschaften, die zum 31. Dezember 2000 ihr Geschäftsjahr auf das Kalenderjahr umgestellt haben, sowie Gesellschaften, die aus lokalen oder anderen Gründen einen abweichenden Stichtag haben, haben zum Zwecke der Einbeziehung in den Konzernabschluss Zwischenabschlüsse zum 30. Juni 2001 erstellt.

Bilanzierung und Bewertung

Die im Vorjahr angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wurden unverändert beibehalten.

Die zu konsolidierenden Abschlüsse der Bertelsmann AG als Muttergesellschaft und der einbezogenen Tochtergesellschaften werden nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsregeln aufgestellt. Grundlagen sind hierbei jeweils die Regeln, die für die Bertelsmann AG gelten. Bei abweichenden landesrechtlichen Vorschriften werden Konsolidierungsabschlüsse aufgestellt. Bei den assoziierten Unternehmen konnte auf eine Anpassung der Bewertungsmethoden wegen Geringfügigkeit der zu erwartenden Abweichungen verzichtet werden.

Immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens werden zu Anschaffungskosten, Sachanlagen zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten bewertet.

Die Abschreibungen werden linear und pro rata temporis verrechnet.

Geringwertige Wirtschaftsgüter werden im Jahr der Anschaffung sofort abgeschrieben.

Das Finanzanlagevermögen wird zu Anschaffungskosten bewertet. Bei erkennbaren Risiken erfolgt eine Abwertung auf den niedrigeren beizulegenden Wert.

Die langfristigen Ausleihungen werden je nach Verzinsung mit dem Nennbetrag oder dem niedrigeren Barwert angesetzt.

Die Beteiligungen an assoziierten Unternehmen werden nach der Buchwertmethode mit ihrem anteiligen Eigenkapital (at Equity) bilanziert.

Die Vorräte sind unter Beachtung des Niederstwertprinzips mit den Anschaffungs- oder Herstellungskosten bilanziert. In der Konzernbilanz sind die von den Konzerngesellschaften gelieferten Bestände mit Konzernherstellungskosten beziehungsweise mit den sich ergebenden niedrigeren Werten ausgewiesen. Soweit Bestandsrisiken vorliegen, werden entsprechende Wertberichtigungen vorgenommen, die bei Erzeugnissen und Waren nach dem Prinzip der verlustfreien Bewertung bemessen wurden. Filmrechte werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich verbrauchsabhängiger Abschreibungen bewertet.

Bei den Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen sind alle erkennbaren Risiken durch aktivisch abgesetzte Einzelwertberichtigungen berücksichtigt. Für das in den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen enthaltene latente Kreditrisiko wird eine Pauschalwertberichtigung gebildet.

Die Bewertung der Wertpapiere erfolgt zu Anschaffungskosten oder zum niedrigeren Börsenkurs am Bilanzstichtag.

Das von der Bertelsmann AG begebene Genusskapital entspricht den in der Stellungnahme 1/1994 des Hauptfachausschusses des Instituts der Wirtschaftsprüfer aufgestellten Kriterien für Eigenkapital mit der Folge, dass es als gesonderter Posten innerhalb des Eigenkapitals ausgewiesen wird. Der wirtschaftlichen Betrachtungsweise in der Bilanz folgend wird die Vergütung auf das Genusskapital daher als Ergebnisverwendung behandelt.

Die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen werden im Abschluss der Bertelsmann AG und der inländischen Gesellschaften nach versicherungsmathematischen Grundsätzen entsprechend dem Teilwertverfahren unter Berücksichtigung eines Rechnungszinsfußes von sechs Prozent ermittelt. Entsprechendes gilt für die im Konzernabschluss einbezogenen ausländischen Gesellschaften unter Berücksichtigung länderspezifischer Besonderheiten. Der in der Zuführung zur Rückstellung für Pensionen enthaltene Zinsanteil wird unter dem Zinsergebnis ausgewiesen.

Die Steuerrückstellungen und die sonstigen Rückstellungen sind nach den Grundsätzen vernünftiger kaufmännischer Beurteilung bewertet. Die Zinsen auf Steuern und die Steuererträge werden in der Gewinn- und Verlustrechnung der Position Steuern zugerechnet.

Die Berechnungen der Rückstellungen für drohende Verluste erfolgen zu variablen Kosten.

Verbindlichkeiten sind mit ihrem Rückzahlungsbetrag angesetzt.

Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis einschließlich der Bertelsmann AG umfasst 1.074 vollkonsolidierte Unternehmen gegenüber 824 Unternehmen im Vorjahr. In den Konzernabschluss wurden alle in- und ausländischen verbundenen Unternehmen mit Ausnahme von 154 Gesellschaften einbezogen. Dabei handelt es sich um Gesellschaften ohne nennenswerten Geschäftsbetrieb, die wegen ihrer untergeordneten Bedeutung nicht in den Konzernabschluss einbezogen wurden. Im Zusammenhang mit der Vollkonsolidierung der RTL Group wurden 37 Gemeinschaftsunternehmen quotal in den Konzernabschluss einbezogen. Von den 175 assoziierten Unternehmen wurden 50 nach der Equity-Methode bewertet, bei den übrigen wurde wegen Geringfügigkeit auf die Anwendung der Equity-Methode verzichtet. Diese Beteiligungen sind zu Anschaffungskosten bewertet.

Wesentliche neu erworbene konsolidierte Gesellschaften sind die Fernsehproduktionsgesellschaft FremantleMedia (früher: Pearson TV) in Großbritannien, die eCommerce-Gesellschaft CDNOW in den USA, die Wirtschaftszeitschrift *Fast Company* in den USA, die BS Fachmediengruppe in Deutschland sowie der Druckbetrieb Coral Graphics in den USA. Saldiert mit den Abgängen ergibt sich im Konsolidierungskreis ein Nettozugang von 250 Gesellschaften.

Die RTL Group ist erstmals für volle 12 Monate in den Abschluss einbezogen worden, im Vorjahr wurde sie noch für 6 Monate at Equity bilanziert. Im Vorjahr wurde die RTL Group mit einem Umsatz von 1.655 Mio. € in den Konzernabschluss einbezogen. Die RTL Group beinhaltet die Aktivitäten der ehemaligen CLT-UFA sowie der im Juli 2000 erworbenen Gesellschaft Pearson TV (heute: FremantleMedia), deren Umsatzanteil im Geschäftsjahr 2000/01 789 Mio. € betrug.

Die Liste des Anteilsbesitzes wird beim Handelsregister des Amtsgerichtes Gütersloh (Abteilung B Nr. 3100) hinterlegt.

Konsolidierungsgrundsätze

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt seit dem 1. Juli 1987 nach der handelsrechtlichen Buchwertmethode. Die Erstkonsolidierung wird auf den Erwerbszeitpunkt vorgenommen.

Der nach der aktienrechtlichen Methode vorhandene Ausgleichsposten wurde entsprechend der gesetzlichen Übergangsregelung in den Firmenwert aufgenommen. Die Firmenwerte werden über einen Zeitraum

von 5-20 Jahren erfolgswirksam über die Gewinn- und Verlustrechnung abgeschrieben. Abweichend davon wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr die Firmenwerte (615 Mio. €) aus den neu erworbenen Gesellschaften Fast Company und CDNOW gem. § 309 Abs. 1 Satz 3 HGB mit den Rücklagen bzw. Fremddanteilen verrechnet.

Firmenwertabschreibungen aus der Kapitalkonsolidierung in Höhe von 366 Mio. € sowie aus Einzelabschlüssen in Höhe von 116 Mio. € werden in der Gewinn- und Verlustrechnung unter Abschreibungen auf Firmenwerte ausgewiesen (Anhang Pos. 22). 20 Mio. € Firmenwertabschreibungen aus der Equity-Bewertung werden im Beteiligungsergebnis (Anhang Pos. 24) ausgewiesen. Für die Ermittlung der Gesamtkapitalrendite nach Genussscheinformel wird der Gesamtbetrag von 502 Mio. € herangezogen.

Ein passiver Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung nach HGB in Höhe von 22 Mio. € ist mit dem Unterschiedsbetrag auf der Aktivseite verrechnet worden.

Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den konsolidierten Gesellschaften werden gegeneinander aufgerechnet. Zwischenergebnisse, die aus dem konzerninternen Lieferungs- und Leistungsverkehr resultieren, werden sowohl für das Anlagevermögen als auch für das Umlaufvermögen eliminiert.

Die steuerlichen Sonderposten mit Rücklageanteil werden in Ausübung des gesetzlichen Wahlrechtes im Konzernabschluss in den Eigenkapitalanteil sowie die notwendige latente Steuerrückstellung aufgeteilt und entsprechend umgliedert.

Im Konzernabschluss werden keine latenten Steuern ausgewiesen, da die aktivischen Steuerabgrenzungsposten aus den Einzelabschlüssen die passivischen latenten Steuern aus den Einzelabschlüssen nach Zusammenfassung mit den saldiert aktivischen latenten Steuern aus erfolgswirksamen Konsolidierungsvorgängen übersteigen und insoweit für den übersteigenden Betrag das Wahlrecht des Nichtansatzes von aktiven latenten Steuern ausgeübt wurde.

Rückstellungen, Abschreibungen und Wertberichtigungen, die konsolidierte Unternehmen für konzerninterne Risiken gebildet haben, sind zugunsten des Jahresüberschusses bzw. der Gewinnrücklagen aufgelöst worden, soweit der Konzern als wirtschaftliche Einheit hieraus keine Belastung zu erwarten hat.

Währungsumrechnung

In den Einzelabschlüssen werden Fremdwährungsforderungen mit dem Mittelkurs am Buchungstag oder dem niedrigeren Mittelkurs am Bilanzstichtag, Fremdwährungsverbindlichkeiten mit dem Mittelkurs am Buchungstag oder dem höheren Mittelkurs am Bilanzstichtag umgerechnet, sofern keine Sicherungsgeschäfte abgeschlossen sind. In diesem Fall werden Forderungen und Verbindlichkeiten mit dem Sicherungskurs umgerechnet.

Im Konzernabschluss erfolgt die Umrechnung der in ausländischer Währung aufgestellten Bilanzen mit dem Mittelkurs des Bilanzstichtages. Die Bewegungen des Anlagevermögens, die Erträge und die Aufwendungen der Auslandsgesellschaften werden dagegen mit den Jahresdurchschnittskursen des Geschäftsjahres umgerechnet. Die Differenz aus der Umrechnung des Jahresüberschusses zum Durchschnittskurs wird in den Gewinnrücklagen erfasst.

Der Konzernabschluss zum 30. Juni 2001 wird in Euro offengelegt, wobei die entsprechenden DM-Werte ebenso wie die des Vorjahres zum feststehenden Euro-Kurs umgerechnet wurden.

Erläuterungen zur Bilanz

1 Immaterielle Vermögensstände

	30.6.2001 Mio. €	Vorjahr Mio. €
Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte, Lizenzen	975	945
Geschäfts- oder Firmenwert	3.195	2.703
Geleistete Anzahlungen	71	209
	4.241	3.857

In den gewerblichen Schutzrechten und Anzahlungen sind u.a. Rechte aus (Ko-)Produktionen, audiovisuelle Rechte und Sportrechte von der RTL Group enthalten, die im Rahmen von Lizenzvergaben langfristig an die Sender veräußert werden. Diese Rechte werden zu Anschaffungskosten angesetzt.

Die Abschreibungen werden auf Basis der geschätzten Gesamteinnahmen ermittelt, d.h. die Anschaffungskosten werden dann entsprechend dem Verhältnis der erzielten Nettoeinnahmen zu den geschätzten Gesamteinnahmen abgeschrieben. Die geschätzten Nettoeinnahmen werden regelmäßig überprüft und angepasst. Falls sie unter den Anschaffungskosten der Rechte liegen, wird eine Wertberichtigung gebildet, so dass der Buchwert der Rechte den geschätzten zukünftigen Nettoeinnahmen entspricht.

2 Sachanlagen

	30.6.2001	Vorjahr
	Mio. €	Mio. €
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten	943	824
Technische Anlagen und Maschinen	902	745
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	512	450
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	410	106
	2.767	2.125

3 Finanzanlagen

	30.6.2001	Vorjahr
	Mio. €	Mio. €
Anteile an verbundenen Unternehmen	60	67
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	201	–
Anteile an assoziierten Unternehmen	389	865
Ausleihungen an assoziierte Unternehmen	10	3
Sonstige Beteiligungen	485	193
Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	3	9
Wertpapiere des Anlagevermögens	6	5
Sonstige Ausleihungen	297	148
	1.451	1.290

Bei den Anteilen an verbundenen Unternehmen handelt es sich um Gesellschaften ohne nennenswerten Geschäftsbetrieb, die nicht in den Konzernabschluss einbezogen werden.

Die Beteiligungen an assoziierten Unternehmen bestehen aus Investitionen und sonstigen Zugängen sowie anteiligen Jahresüberschüssen, vermindert um Gewinnausschüttungen, Kapitalrückzahlungen und Abschreibungen. Der deutliche Rückgang resultiert aus der Umgliederung von AOL Europe in das Umlaufvermögen aufgrund der Verkaufsabsicht in 2002.

Sofern feststeht, dass Gewinne im Folgejahr ausgeschüttet werden, weisen wir diese als Forderungen aus Gewinnansprüchen in der Konzernbilanz aus.

Primär auf den Erwerb von Anteilen an der spanischen Gesellschaft Antena 3 durch die RTL Group ist der Anstieg der sonstigen Beteiligungen zurückzuführen.

Der Unterschiedsbetrag aus den Equity-Bewertungen zum 30. Juni 2001 betrug 42 Mio. € (Vorjahr: 58 Mio. €). Die Zugänge des Geschäftsjahres betragen 26 Mio. €.

**Entwicklung des
Anlagevermögens**

Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten	1.7.2000	Kursver- änderung	Zugänge
	Mio. €	Mio. €	Mio. €
Immaterielle Vermögensgegenstände			
Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte, sowie Lizenzen	2.866	52	1.031
Geschäfts- oder Firmenwert	4.645	239	1.566
Geleistete Anzahlungen	209	-1	148
	7.720	290	2.745
Sachanlagen			
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten	1.252	38	155
Technische Anlagen und Maschinen	2.401	95	313
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.296	53	397
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	107	18	412
	5.056	204	1.277
Finanzanlagen			
Anteile an verbundenen Unternehmen	99	-	66
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	3	-	234
Anteile an assoziierten Unternehmen	1.130	50	318
Ausleihungen an assoziierte Unternehmen	4	3	13
Sonstige Beteiligungen	230	6	596
Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	10	-	1
Wertpapiere des Anlagevermögens	5	-	2
Sonstige Ausleihungen	300	8	142
	1.781	67	1.372
	14.557	561	5.394

In den Zugängen sind die Vorträge erstmals konsolidierter Unternehmen mit 2.956 Mio. € enthalten.

Abgänge Mio. €	Umbuchungen Mio. €	Bruttowert 30.6.2001 Mio. €	Kumulierte Abschrei- bungen 30.6.2001 Mio. €	Nettowerte 30.6.2001 Mio. €	30.6.2000 Mio. €	Zuschrei- bungen Geschäfts- jahr Mio. €	Abschrei- bungen Geschäfts- jahr Mio. €
1.032	3	2.920	1.945	975	945	-3	419
132	4	6.322	3.127	3.195	2.703	-	482
282	-3	71	-	71	209	-	1
1.446	4	9.313	5.072	4.241	3.857	-3	902
29	20	1.436	493	943	824	-	54
84	79	2.804	1.902	902	745	-	228
216	14	1.544	1.032	512	450	-	235
13	-113	411	1	410	106	-	-
342	-	6.195	3.428	2.767	2.125	-	517
38	-	127	67	60	67	-	17
4	-	233	32	201	-	-	10
716	-4	778	389	389	865	-1	143
10	-	10	-	10	3	-	-
81	1	752	267	485	193	-	171
7	-1	3	-	3	9	-	-
1	-	6	-	6	5	-	-
147	-	303	6	297	148	-	4
1.004	-4	2.212	761	1.451	1.290	-1	345
2.792	-	17.720	9.261	8.459	7.272	-4	1.764

4 Vorräte

	30.6.2001 Mio. €	Vorjahr Mio. €
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	211	194
Unfertige Erzeugnisse, unfertige Leistungen	258	239
Fertige Erzeugnisse und Waren	1.693	1.248
Geleistete Anzahlungen	50	15
	2.212	1.696

In den Fertigen Erzeugnissen sind vor allen Dingen die Filmrechte der RTL Group enthalten, die veräußert oder im Fernsehen gesendet werden sollen. Quiz-, Game- und Musikshows, Sportereignisse, sog. „Soaps“ und Dokumentarfilme werden zu 100 Prozent bei der ersten Ausstrahlung in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Kinderfilme werden bei der ersten Ausstrahlung zu mindestens 50 Prozent abgeschrieben, der Rest bei der zweiten Ausstrahlung. Alle anderen Formate werden bei der ersten Ausstrahlung zu mindestens 67 Prozent abgeschrieben, der Rest bei der zweiten Ausstrahlung.

5 Forderungen und Sonstige Vermögensgegenstände

	davon Restlaufzeit über 1 Jahr Mio. €	30.6.2001 Mio. €	Vorjahr Mio. €
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	38	3.249	3.021
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	1	76	98
Sonstige Vermögensgegenstände	378	2.497	1.933
	417	5.822	5.052

Die wesentlichen Positionen der Sonstigen Vermögensgegenstände sind wie im Vorjahr die Lizenz- und Honorarvorauszahlungen an Autoren und Künstler (1.174 Mio. €) sowie Steuerforderungen in Höhe von 453 Mio. €.

6 Liquide Mittel

	30.6.2001 Mio. €	Vorjahr Mio. €
Sonstige Wertpapiere	125	119
Flüssige Mittel	700	375
	825	494

7 Rechnungsabgrenzungsposten

	30.6.2001	Vorjahr
	Mio. €	Mio. €
	233	178

In den Rechnungsabgrenzungsposten sind Disagien in Höhe von 1 Mio. € enthalten.

Entwicklung des Konzernkapitals

	Gezeichnetes Kapital Gewinnrücklagen Mio. €	Genusskapital Mio. €	Ausschüttungen der Bertelsmann AG Mio. €	Anteile Konzernfremder Mio. €	Gesamt Mio. €
Stand 30.6.1999	1.445	687	144	458	2.734
Gewinnausschüttungen	-	-	-144	-124	-268
Konzernjahresüberschuss	265	-	164	243	672
Kapitaleinzahlungen / -herabsetzung	-205	-	-	159	-46
Währungsumrechnung	49	-	-	3	52
Übrige Veränderungen	-43	-	-	537	494
Stand 30.6.2000	1.511	687	164	1.276	3.638
Gewinnausschüttungen	-	-	-164	-211	-375
Konzernjahresüberschuss	641	-	145	184	970
Kapitaleinzahlungen	-	-	-	25	25
Erhöhung des Genusskapitals	-	19	-	-	19
Sofortverrechnung von Firmenwerten	-509	-	-	-106	-615
Währungsumrechnung	90	-	-	21	111
Übrige Veränderungen	41	-	-	687	728
Stand 30.6.2001	1.774	706	145	1.876	4.501

8 Gezeichnetes Kapital

	30.6.2001 Mio. €	Vorjahr Mio. €
Gezeichnetes Kapital	463	480
Zur Einziehung vorgesehene Kapital	-	-17
	463	463

An der Bertelsmann AG waren zum 30. Juni 2001 beteiligt:

Reinhard Mohn Verwaltungs GmbH	44,23 %	
Johannes Mohn GmbH	48,34 %	
ZEIT-Stiftung Ebelin und Gerd Bucerius	7,43 %	
	100,00 %	

Gem. Beschluss des Vorstandes vom 13. März 2000 wurden 3.360 Aktien eingezogen, die von der ZEIT-Stiftung für 400 Mio. DM (205 Mio. €) erworben worden waren. Die eingezogenen Aktien entsprachen einem gezeichneten Kapital von 33.600.000,- DM (17 Mio. €). Somit beträgt das gezeichnete Kapital der Bertelsmann AG 904.800.000,- DM (463 Mio. €).

Das Grundkapital ist in 90.480 Aktien über je 10.000,- DM eingeteilt.

9 Genusskapital

	30.6.2001 Mio. €	Vorjahr Mio. €
Nennwert	516	505
Agio	190	182
	706	687

Die bisherigen Genussscheine mit den Bedingungen von 1992 (im Folgenden „Genussscheine 1992“) wurden mit Wirkung vom 8. Januar 2001 auf Euro umgestellt und der Grundbetrag des einzelnen Genussscheins auf 0,01 € festgesetzt. Im Januar 2001 hat Bertelsmann den Inhabern der Genussscheine 1992 das Angebot unterbreitet, diese im Grundbetragsverhältnis 1:1 in Genussscheine mit teilweise geänderten Bedingungen (im Folgenden „Genussscheine 2001“) umzutauschen. Entscheidendes Merkmal des Genussscheins 2001 ist eine neue Ausschüttungsregelung. Sie sieht vor, dass immer 15 Prozent ausgeschüttet werden, sofern entsprechend der Genussscheinbedingungen definierter Konzernjahresüberschuss und Jahresüberschuss der Bertelsmann AG in ausreichender Höhe zur Verfügung stehen. Der Grundbetrag des Genussscheins 2001 lautet auf 10,00 €. Per 30. Juni 2001 haben 90,3% der Genussscheininhaber das Umtauschangebot wahrgenommen.

Für die Mitarbeitergewinnbeteiligung des Geschäftsjahres 1999/2000 wurde eine Genusskapitalerhöhung auf Basis des Genussscheins 2001 durchgeführt. Der Nominalwert des Genusskapitals stieg um 11 Mio. €, das Agio um 8 Mio. €.

10 Gewinnrücklagen

	30.6.2001	Vorjahr
	Mio. €	Mio. €
	1.311	1.048

Wesentlicher Bestandteil der Gewinnrücklagen sind neben den Rücklagen der Bertelsmann AG, einschließlich der Kapitalrücklage von 17 Mio. € und der gesetzlichen Rücklage von 48 Mio. €, die Gewinne und Verluste der Tochterunternehmen sowie die ergebniswirksamen Konsolidierungsvorgänge.

11 Anteile Konzernfremder

	30.6.2001	Vorjahr
	Mio. €	Mio. €
	1.876	1.276

Die Anteile konzernfremder Gesellschafter am Eigenkapital der konsolidierten Tochterunternehmen betreffen im Wesentlichen die Fremdanteile an der RTL Group sowie an den Firmengruppen Gruner + Jahr, BOOKSPAN, maul-belser und France Loisirs.

12 Rückstellungen

	30.6.2001	Vorjahr
	Mio. €	Mio. €
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1.537	1.446
Steuerrückstellungen	1.160	262
Sonstige Rückstellungen	3.012	2.652
davon langfristig	156	141
davon kurzfristig	2.856	2.511
	5.709	4.360

Der Anstieg der Steuerrückstellungen resultiert in erster Linie aus dem Verkauf von AOL Europe und mediaWays. Die sonstigen langfristigen Rückstellungen betreffen hauptsächlich die Mitarbeitergewinnbeteiligung sowie die Verpflichtung gegenüber Mitarbeitern im Ausland aus Abfertigungen und Jubiläumszusagen. Die kurzfristigen Rückstellungen wurden vor allem für Personalkosten, Weihnachtsgeld, rückständigen Urlaubsanspruch und für Honorar- und Lizenzverpflichtungen gebildet.

13 Finanzschulden

	davon Restlaufzeit unter 1 Jahr Mio. €	davon Restlaufzeit über 5 Jahre Mio. €	30.6.2001 Mio. €	Vorjahr Mio. €
Anleihen	147	216	874	913
Schuldscheindarlehen	–	168	286	259
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.090	123	1.542	1.259
Sonstige Finanzschulden	4	–	4	211
	1.241	507	2.706	2.642

Die Finanzschulden in Höhe von 2.706 Mio. € ergeben saldiert mit den Flüssigen Mitteln und Wertpapieren von 825 Mio. € eine Nettoverschuldung von 1.881 Mio. €.

Die Anleihen teilen sich wie folgt auf:

		30.6.2001 Mio. €	Vorjahr Mio. €
Bertelsmann U.S. Finance Inc., Wilmington			
5,375 % 200 Mio. USD-Anleihe 1999/2004	200,0 Mio. USD	236	209
4,375 % 200 Mio. Euro-Anleihe 1999/2009	183,0 Mio. USD	216	191
4,5 % 300 Mio. DM-Anleihe 1998/2005	180,3 Mio. USD	213	189
4,5 % 200 Mio. DM-Anleihe 1997/2002	125,0 Mio. USD	147	131
0,01 % 1.000 Mio. Yen-Anleihe 1999/2001	9,8 Mio. USD	–	10
0,1 % 1.000 Mio. Yen-Anleihe 1999/2004	8,2 Mio. USD	–	9
CLT-UFA			
6,75 % 2.500 Mio. LUF-Anleihe 1995/2000	2.500,0 Mio. LUF	–	62
5,125 % 2.500 Mio. LUF-Anleihe 1997/2002	2.500,0 Mio. LUF	62	62
Bertelsmann AG, Gütersloh			
0 % 50 Mio. Euro-Anleihe 2000/2000	50,0 Mio. Euro	–	50
		874	913

Die Anleihen der Bertelsmann U.S. Finance Inc., die nicht in USD begeben wurden, stellen wirtschaftlich – bedingt durch Swapvereinbarungen – ebenfalls USD-Verbindlichkeiten dar.

Die Finanzschulden sind nicht besichert worden.

14 Andere
Verbindlichkeiten

	davon Restlaufzeit unter 1 Jahr Mio. €	davon Restlaufzeit über 5 Jahre Mio. €	30.6.2001 Mio. €	Vorjahr Mio. €
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	115	–	115	92
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.469	–	2.488	2.473
Wechselverbindlichkeiten	22	–	22	27
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen	55	–	63	18
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	59	–	60	9
Sonstige Verbindlichkeiten				
Steuerverbindlichkeiten	373	–	375	666
Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit	77	–	78	77
Übrige Verbindlichkeiten	679	140	1.038	372
	3.849	140	4.239	3.734

Der Anstieg bei den übrigen Verbindlichkeiten ist überwiegend auf die strategische Allianz mit TerraLycos sowie den Erwerb von FremantleMedia (früher: Pearson TV) durch die RTL Group zurückzuführen.

Die anderen Verbindlichkeiten sind nicht besichert worden.

15 Rechnungs-
abgrenzungsposten

	30.6.2001 Mio. €	Vorjahr Mio. €
	396	318

Die Rechnungsabgrenzungsposten beinhalten wie im Vorjahr vor allem die von den Zeitschriften-Abonnenten geleisteten Vorauszahlungen.

Haftungsverhältnisse		30.6.2001	Vorjahr
		Mio. €	Mio. €
	Wechselobligo	27	23
	Bürgschaften	770	747
	Verbindlichkeiten aus Gewährleistungsverträgen	47	35
		844	805

Derivative Finanzinstrumente		30.6.2001	Vorjahr
		Mio. €	Mio. €
	Devisensicherungsgeschäfte	3.154	2.909
	Zinssicherungsgeschäfte	550	1.172
		3.704	4.081

Die Zinssicherungsgeschäfte haben folgende Restlaufzeiten:

	Mio. €
unter 3 Jahre	544
über 5 Jahre	6
	550

Zins- und Währungsschwankungen bedeuten ein nur schwer einschätzbares Risiko. Zur Verminderung dieser Risiken aus dem operativen Geschäft und aus Finanztransaktionen werden derivative Finanzgeschäfte abgeschlossen. Hierbei handelt es sich im Einzelnen um Devisentermingeschäfte, Devisenoptionen, kombinierte Zins- und Währungsswaps sowie reine Zinsswaps und Zinsoptionen. Der Abschluss dieser Geschäfte erfolgt nur mit Banken von erstklassiger Bonität. Kontrahierung und Dokumentation unterliegen strengen internen Kontrollen. Den Risiken aus den Geschäften zum Stichtag ist Rechnung getragen worden. Die Darstellung erfolgt auf Grundlage unsaldierter Nominalwerte.

Sonstige Finanzielle Verpflichtungen	30.6.2001	Vorjahr
	Mio. €	Mio. €
Miet- und Leasingverträge	1.044	838
Sonstige Verpflichtungen	2.875	3.283
	3.919	4.121

Die sonstigen Verpflichtungen entfallen auf die RTL Group, davon 2.808 Mio. € auf Lieferverträge über Rechte, (Ko-)Produktionen und Programme.

Factoring Als Finanzierungsinstrument wird neben Leasing auch Factoring eingesetzt. Nach den Grundsätzen des Hauses Bertelsmann geschieht dies aber nur in genau festgelegten Ausnahmefällen. Hierbei handelt es sich insbesondere um Forderungen aus Teilzahlungsgeschäften mit Endverbrauchern im Lexikongeschäft. Per 30. Juni 2001 beläuft sich der im Wege des Factoring verkaufte ausstehende Forderungsbestand auf rund 337 Mio. € (Vorjahr 416 Mio. €).

Erläuterung zur Gewinn- und Verlustrechnung	2000/01	Vorjahr
	Mio. €	Mio. €
Deutschland	6.139	5.052
16 Umsatzerlöse Übrige europäische Länder	6.309	4.731
USA	6.446	5.568
Sonstige Länder	1.142	1.173
	20.036	16.524

Die regionale Aufteilung des Umsatzes zeigt die oben stehende Tabelle. Die Umsatzerlöse der einzelnen Unternehmensbereiche sind im Lagebericht dargestellt.

17 Bestandsveränderungen und andere aktivierte Eigenleistungen

	2000/01 Mio. €	Vorjahr Mio. €
Änderung des Bestandes an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	421	58
Andere aktivierte Eigenleistungen	1	2
	422	60

18 Sonstige betriebliche Erträge

	2000/01 Mio. €	Vorjahr Mio. €
Gewinne aus Anlagenabgang	3.471	662
Auflösung von Rückstellungen	332	93
Übrige	809	852
	4.612	1.607

Der Anstieg der Gewinne aus Anlagenabgang ist primär auf die Desinvestitionen AOL Europe und mediaWays zurückzuführen. Die übrigen Erträge umfassen neben Kostenerstattungen Miet- und Pächterlöse, Währungskursgewinne sowie Erträge aus der Auflösung nicht mehr benötigter Einzelwertberichtigungen. Von den übrigen Erträgen sind 42 Mio. € früheren Geschäftsjahren zuzuordnen.

19 Materialaufwand

	2000/01 Mio. €	Vorjahr Mio. €
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und bezogene Waren	2.702	2.414
Aufwendungen für bezogene Leistungen	4.609	2.757
	7.311	5.171

20 Honorar- und Lizenzaufwand

	2000/01 Mio. €	Vorjahr Mio. €
	1.840	1.912

21 Personalaufwand

	2000/01 Mio. €	Vorjahr Mio. €
Löhne und Gehälter	4.018	3.122
Soziale Abgaben	551	454
Aufwendungen für Altersversorgung	116	77
Aufwendungen für Unterstützung	52	47
Arbeitnehmer-Gewinnbeteiligung	45	55
	4.782	3.755

Der in der Zuführung zur Rückstellung für Pensionen enthaltene Zinsanteil wird unter dem Zinsergebnis ausgewiesen.

Mitarbeiter nach Unternehmens- bereichen			2000/01 Gesamt Anzahl	Vorjahr Gesamt Anzahl
	Inland Anzahl	Ausland Anzahl		
RTL Group	2.223	4.389	6.612	2.698
Random House	528	5.498	6.026	5.778
Gruner + Jahr	6.851	5.865	12.716	11.976
BMG	2.000	7.758	9.758	12.032
BertelsmannSpringer	3.186	2.022	5.208	4.965
Arvato	14.011	9.299	23.310	19.854
DirectGroup	1.834	13.800	15.634	13.068
Zentrale Bereiche	1.546	429	1.975	918
Gesamtzahl im Jahresdurchschnitt	32.179	49.060	81.239	71.289

In der Gesamtzahl sind 578 Mitarbeiter aus anteilig einbezogenen Unternehmen enthalten.

Zur besseren Vergleichbarkeit sind die Veränderungen aus der Neuordnung der Unternehmensbereiche in den Vorjahreszahlen berücksichtigt.

22 Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		2000/01 Mio. €	Vorjahr Mio. €
	Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens	902	561
	Abschreibungen auf Sachanlagen	517	385
		1.419	946

Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände enthalten 482 Mio. € (im Vorjahr 255 Mio. €) Abschreibungen auf Firmenwerte aus den Einzelabschlüssen und aus der Kapitalkonsolidierung. Die Abschreibungen der Firmenwerte aus der Bewertung at Equity werden im Beteiligungsergebnis erfasst.

23 Sonstige betriebliche Aufwendungen		2000/01 Mio. €	Vorjahr Mio. €
		6.673	5.154
	davon Sonstige Steuern	84	74

Die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten insbesondere Werbekosten in Höhe von 1.688 Mio. €, Vertriebskosten von 1.127 Mio. € und Verwaltungskosten von 2.016 Mio. €.

24 Beteiligungs- ergebnis	2000/01 Mio. €	Vorjahr Mio. €
Erträge aus assoziierten Unternehmen	73	403
Verluste aus assoziierten Unternehmen	-205	-140
Erträge aus Beteiligungen	29	12
Verluste aus Beteiligungen	-3	-2
Abschreibungen auf Finanzanlagen davon Abschreibungen auf Firmenwerte aus der Equity-Bewertung 20 Mio. € (Vorjahr 150 Mio. €)	-345	-236
	-451	37

Der deutliche Rückgang der Erträge aus assoziierten Unternehmen resultiert aus der erstmaligen Vollkonsolidierung der RTL Group für 12 Monate. Im vergangenen Jahr war die RTL Group noch für sechs Monate at Equity einbezogen. Zum anderen steuerte Lycos Europe im vergangenen Jahr durch den IPO hohe Erträge bei. In diesem Jahr führten die negativen Ergebnisse von Lycos Europe zu einem Anstieg der Verluste aus assoziierten Unternehmen.

Die Verminderung der Abschreibung auf Firmenwerte aus der Equity-Bewertung liegt an der vollständigen Abschreibung des Firmenwertes von barnesandnoble.com im Vorjahr.

25 Zinsergebnis	2000/01 Mio. €	Vorjahr Mio. €
Zinsen und ähnliche Erträge	177	126
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-394	-235
Zinsanteil in der Zuführung zu den Pensionsrückstellungen	-85	-81
	-302	-190

Der in der Zuführung zur Rückstellung für Pensionen enthaltene Zinsanteil wird wie im Vorjahr unter dem Zinsergebnis ausgewiesen.

26 Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	2000/01 Mio. €	Vorjahr Mio. €
	1.322	428

Die Ertragsteuerbelastung ist sowohl absolut als auch in der Steuerquote mit 57,7 Prozent (Vorjahr: 38,9 Prozent) stark angestiegen. Dies liegt daran, dass die Veräußerungsgewinne voll steuerpflichtig sind, andererseits aber – insbesondere in den USA – steuerliche Verlustvorträge aufgebaut wurden.

Befreiung von inländischen Gesellschaften von Prüfung und Offenlegung

Für folgende Tochtergesellschaften wurde erstmals zum 31. Dezember 2000 die Befreiungsvorschrift des § 264 Abs. 3 HGB über die ergänzenden Vorschriften für Kapitalgesellschaften zur Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht sowie über die Prüfung und Offenlegung von Kapitalgesellschaften in Anspruch genommen:

Bertelsmann Immobilien GmbH, Gütersloh
 Verlag RM GmbH, Gütersloh
 Medien Dr. phil. Egon Müller Service GmbH, Verl
 Gütersloher Verlagshaus GmbH, Gütersloh
 Reinhard Mohn GmbH, Gütersloh
 Arabella Musikverlag GmbH, München
 Bertelsmann Medien Service GmbH, Gütersloh
 MSN Marketing Service Nordwest GmbH, Schortens
 AZ Bertelsmann Direct GmbH, Gütersloh
 Dreiklang-Dreimaschen, Bühnen- und Musikverlag Gesellschaft mit beschränkter Haftung, München
 Bertelsmann Multimedia GmbH, Gütersloh
 Media Log Spedition GmbH, Gütersloh
 BMG Music International Service GmbH, München
 Bertelsmann Interactive Studios GmbH, Gütersloh
 Verlag Heinrich Vogel GmbH Fachverlag, München
 Wilhelm Goldmann Verlag GmbH, München
 Bertelsmann Korea Beteiligungs GmbH, Gütersloh
 Hotel & Gastronomie Gütersloh GmbH, Gütersloh
 Mohn Media Elsnerdruck GmbH, Berlin
 Crescendo Musikverlag GmbH, München
 BIP Industrieplanungs-GmbH, Gütersloh
 UFA-International Gesellschaft mit beschränkter Haftung, München
 Wiener Bohème Verlag Gesellschaft mit beschränkter Haftung, München
 Ufaton-Verlagsgesellschaft mit beschränkter Haftung, München
 Musik Edition Discoton, Gesellschaft mit beschränkter Haftung, München
 Bavariaton-Verlag Gesellschaft mit beschränkter Haftung, München
 HEINZE Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Celle
 Arvato Storage Media GmbH, Gütersloh
 FUCHSBRIEFE Dr. Hans Fuchs GmbH, Berlin
 Verlag Aktuelle Information Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Frankfurt
 O-rai GmbH, Berlin
 Mtec Gesellschaft für Medientechnologie mbH, Rostock

Bertelsmann Event Media GmbH, Gütersloh
 ProBind Professional Binding GmbH, Gütersloh
 Mohn Media Energy GmbH, Gütersloh
 MSW Marketing Service Süd-West GmbH, Stuttgart
 Bertelsmann Marketing Service Dortmund GmbH, Dortmund
 Dinter Verlag GmbH, Kirchseeon
 PSC Print Service Center GmbH, Oppurg
 RM Buch und Medien Vertrieb GmbH, Gütersloh
 Bertelsmann Arvato Aktiengesellschaft, Gütersloh
 Bertelsmann Music Group GmbH, Gütersloh
 Verlagsgruppe Random House GmbH, Gütersloh
 BMG Deutschland GmbH, Gütersloh
 Mohn Media Sales GmbH, Gütersloh
 Mohn Media Print GmbH, Gütersloh
 Sonopress Data Replication Gesellschaft für Informationsträgervielfältigung mbH, Gütersloh
 BMG Berlin Musik GmbH, Berlin
 Bertelsmann Distribution GmbH, Gütersloh
 Bertelsmann Finanz Service GmbH, Gütersloh
 Bertelsmann Direkt Marketing Fabrik GmbH, Gütersloh
 Bertelsmann Marketing Service GmbH, Gütersloh
 Bertelsmann Services GmbH, Gütersloh
 Bertelsmann Marketing Service Neumünster GmbH, Neumünster
 Bertelsmann Marketing Service Wuppertal GmbH, Wuppertal
 Bertelsmann Marketing Service Münster GmbH, Münster
 Bertelsmann Online Beteiligungsgesellschaft mbH, Gütersloh
 Bertelsmann Online International GmbH, Gütersloh
 Bertelsmann Valley GmbH, Gütersloh
 bol.com AG, Berlin
 wissen Media Group GmbH, München
 inmediaONE] GmbH, Gütersloh
 BmS Holding GmbH, Gütersloh
 Druckhaus Maack GmbH, Lüdenscheid
 Bertelsmann Content Network GmbH, Hamburg
 BS Autoflotte Medien GmbH, Walluf
 Media-Daten Verlagsgesellschaft mit beschränkter Haftung, Walluf
 BS Gesellschaft für Bauinformationsprodukte mbH, Walluf
 Bauverlag Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Walluf

Interworld Musik-Verlag Gesellschaft mit beschränkter Haftung, München
 Bertelsmann Buch Aktiengesellschaft, Gütersloh
 B.G. Teubner Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Wiesbaden
 BertelsmannSpringer Science+Business Media GmbH, Gütersloh
 Chr. Belsler Offsetdruck GmbH, Gütersloh
 GGP Media GmbH, Pößneck

Weiterhin wurden erstmals zum 31. Dezember 2000 die Befreiungsvorschriften des § 264 b HGB für die folgenden Gesellschaften in Anspruch genommen:

PRO FUTURA Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG, München
 Auto Business Verlag GmbH & Co. KG, Ottobrunn
 BauNetz Online-Dienst GmbH & Co. KG, Berlin
 Verlag für bauwirtschaftliche Fachschriften „ibau“-Karl Wilmers GmbH & Co. KG, Münster
 BERLIN VERLAG GmbH & Co. KG, Berlin
 Falken Verlag GmbH & Co. KG, Niedernhausen
 Bertelsmann Game Channel GmbH & Co. KG, Hamburg
 Dr. E. Müller Verlag GmbH & Co. KG, Eching
 ANDSOLD GmbH & Co. KG, Gütersloh
 Bertelsmann Broadband Group GmbH & Co. KG, Gütersloh
 BS GmbH & Co. Software + Daten KG, Walluf
 BMG Ariola Miller GmbH & Co. KG, Quickborn

Zum 30. Juni 2001 wurden erstmals für folgende Gesellschaften die Befreiungsvorschriften des § 264 b HGB in Anspruch genommen:

Berliner Verlag GmbH & Co., Berlin
 BÖRSE ONLINE Verlag GmbH & Co., München
 „Business Traveller“ Verlag GmbH & Co. KG, Hamburg
 Dresdner Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG, Dresden
 eB2B market place GmbH & Co. KG, Hamburg
 Ehrlich & Sohn GmbH & Co., Hamburg
 G+J Medien-Vertrieb GmbH & Co. KG, Hamburg
 STABLON Grundstücks-Vermietungsges. mbH & Co. Dritte G+J Pressehaus am Alex KG, Berlin
 Tip Verlag GmbH & Co. KG, Berlin

Gesamtbezüge des Aufsichtsrates und des Vorstandes ■ Die Vergütung des Aufsichtsrates beträgt für das Geschäftsjahr 2000/01 636.558,- € zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Die Mitglieder des Vorstandes erhielten im Berichtsjahr Bezüge in Höhe von 63.999.480,- €, davon von der Bertelsmann AG 50.299.947,- €. Ehemalige Mitglieder des Vorstandes und ihre Hinterbliebenen erhielten Bezüge (Ruhegelder und Abfindungen) von der Bertelsmann AG in Höhe von 23.566.107,- €. Die Rückstellung für Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstandes beträgt bei der Bertelsmann AG 28.007.631,- €. Die Mitglieder des Aufsichtsrates und des Vorstandes sind auf den Seiten 66 und 8/9 angegeben.

Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns ■ Aus dem Bilanzgewinn der Bertelsmann AG in Höhe von 403.119.000,- DM (206 Mio. €) werden am 16. Oktober 2001 auf die Genussscheine satzungsgemäß 186.668.414,- DM (95 Mio. €) ausgeschüttet. Das sind 18,51 Prozent von 1.008.473.333,36 DM (516 Mio. €).

Der Vorstand schlägt der Hauptversammlung vor, den nach der Ausschüttung an die Genussscheininhaber verbleibenden Bilanzgewinn von 216.450.586,- DM (111 Mio. €) wie folgt zu verwenden:

Dividende an die Aktionäre	97.791.036,- DM	(50 Mio. €)
Vortrag auf neue Rechnung	118.659.550,- DM	(61 Mio. €)
	216.450.586,- DM	(111 Mio. €)

Gütersloh, den 12. Oktober 2001

Bertelsmann Aktiengesellschaft

Der Vorstand:

Dr. Middelhoff	Dr. Bahlmann	Dr. Eierhoff	Dr. Kundrun	Dr. Luther
Olson, J.D./MBA	Ostrowski	Schmidt-Holtz	Dr. Thielen	

Bestätigungsvermerk

Wir haben den von der Bertelsmann Aktiengesellschaft aufgestellten Konzernabschluss und den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Juli 2000 bis 30. Juni 2001 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Regelungen in der Satzung liegen in der Verantwortung des Vorstandes der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahres- und Zwischenabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichtes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Konzernabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht gibt insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage des Konzerns und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.

Gütersloh, den 15. Oktober 2001

KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Reinke	Kämpf
Wirtschaftsprüfer	Wirtschaftsprüfer

Organisation des Hauses

RTL Group

Fernsehen

Free-TV

Antena 3, Madrid, Spanien	17
Channel 5, London, Großbritannien	65
Club RTL, Brüssel, Belgien, Luxemburg	66
M6, Neuilly-sur-Seine, Frankreich ¹⁾	43,8
RTL II, Grünwald	35,9
RTL Klub, Budapest, Ungarn	49
RTL Télé Lëtzebuerg, Luxemburg	
RTL Television, Köln	
RTL TVI, Brüssel, Belgien, Luxemburg	66
RTL4, Hilversum, Niederlande, Luxemburg ²⁾	
RTL5, Hilversum, Niederlande, Luxemburg ²⁾	
RTL7, Warschau, Polen, Luxemburg	
RTL9, Luxemburg, Frankreich	35
Super RTL, Köln	50
TMC – Télé Monte Carlo, Monaco	23,8
VOX, Köln	99,7
Yorin, Hilversum, Niederlande, Luxemburg ²⁾	

Pay-TV

Via Digital, Madrid, Spanien	5
------------------------------	---

TV Services

Broadcasting Center Europe, Luxemburg	
CBC – Cologne Broadcasting Center, Köln	
ENEX – European News Exchange, Luxemburg	69,3
VCF – Vidéo Communication France, Saint-Cloud, Frankreich	

Radio

104,7 RTL, Stockholm, Schweden	49
104.6 RTL, Berlin	
Antenne Bayern, Unterföhring	16
Atlantic 252, Trim, Irland	80
Bel RTL, Brüssel, Belgien	43
Berliner Rundfunk 91.4, Berlin	30
Fun Radio, Paris, Frankreich	
Radio 21 – der neue Rocksender, München	9,8

Radio Contact, Brüssel, Belgien	35
Radio NRW, Oberhausen	16,1
RTL Radio – Die größten Oldies, Deutschland, Luxemburg	
RTL Radio Lëtzebuerg, Luxemburg	
RTL, Paris, Frankreich, Luxemburg	
RTL2, Paris, Frankreich	
WOW 105.5, Stockholm, Schweden	
Yorin FM, Hilversum, Niederlande ²⁾	

Radio Services

FM Radio Network, Augsburg	51
----------------------------	----

Content

Alomo, London, Großbritannien	
Delux Productions, Luxemburg	
FremantleMedia, London, Großbritannien	
Groupe Jean-Claude Darmon, Paris, Frankreich	28
Talkback Productions, London, Großbritannien	
Thames Television, London, Großbritannien	
Trebitsch Produktion, Hamburg	64
UFA Film & TV Produktion, Potsdam-Babelsberg	
UFA SPORTS, Hamburg	

BMG Video, München	
CLT-UFA International, Luxemburg	

Internet

IP Web.net, Luxemburg	
M6 Web, Neuilly-sur-Seine, Frankreich	
RTL iMedia, Hilversum, Niederlande ²⁾	
RTL Net, Paris, Frankreich	
RTL Newmedia, Köln	
RTL Newmedia, Luxemburg	

Random House

Verlage Nordamerika/ Großbritannien/ Neuseeland/ Australien/Südafrika

Ballantine Books, New York, USA	
Bantam Dell Publishing Group, New York, USA	
Crown Publishing Group, New York, USA	
Doubleday Broadway Publishing Group, New York, USA	
Doubleday Religious Publishing Group, New York, USA	
Fodor's Travel Publications, New York, USA	
Fodors.com, New York, USA	
Knopf Publishing Group, New York, USA	
McClelland & Stewart, Toronto, Kanada	25
Random House Adult Trade Publishing Group, New York, USA	
Random House Audio & Diversified Publishing Group, New York, USA	
Random House Australia, Sydney, Australien	
Random House Children's Books, New York, USA	
Random House Information Group, New York, USA	
Random House New Zealand, Auckland, Neuseeland	
Random House of Canada, Toronto, Kanada	
Random House South Africa, Johannesburg, Südafrika	
Random House UK, London, Großbritannien	
Transworld Publishers, London, Großbritannien	

Verlagsgruppe Random House

Albrecht Knaus Verlag, Berlin, München	
Berlin Verlag, Berlin	74,8
Blanvalet Verlag, München	
C. Bertelsmann Jugendbuch Verlag, München	
C. Bertelsmann Verlag, München	
Frederking & Thaler, München	
Gütersloher Verlagshaus, Gütersloh	
Karl Blessing Verlag, München	
Kremayr & Scheriau, Wien, Österreich	75
Mosaik Verlag, München	
Orac, Wien, Österreich	75

Alle Beteiligungsangaben zeigen den Gesellschafteranteil der RTL Group.

Firmen ohne Prozentangabe = 100 Prozent RTL Group

¹⁾ Einschl. Spartensender Série Club, TEVA, M6 Music, Fun TV, Club Téléachat

²⁾ Beteiligung gehalten durch Holland Media Groep

Gruner + Jahr

ORBIS Verlag, München
Prisma Electronic Publishing, München
Riemann Verlag, München
Verlagsgruppe Falken, Niedernhausen
Wilhelm Goldmann Verlag, München, Berlin
Wolf Jobst Siedler Verlag, Berlin

Grupo Editorial Random House Mondadori

Grijalbo Mondadori, Barcelona, Spanien	50
Nueva Galaxia Gutenberg, Barcelona, Spanien	45
Nuevas Ediciones del Bolsillo, Barcelona, Spanien	50
Plaza y Janés Editores, Barcelona, Spanien	50
Editorial Grijalbo Colombia, Bogotá, Kolumbien	49,9
Editorial Grijalbo, Mexico City, Mexiko	50
Editorial Grijalbo, Santiago de Chile, Chile	50
Editorial Sudamericana, Buenos Aires, Argentinien	49,4
Editorial Sudamericana, Montevideo, Uruguay	45
Editorial Sudamericana, Santiago de Chile, Chile	49,9
Grijalbo Editor, Montevideo, Uruguay	50
Grijalbo, Buenos Aires, Argentinien	50
Grijalbo, Caracas, Venezuela	50
Plaza y Janés Mexico, Mexico City, Mexiko	50

Zeitschriften/Zeitungen/ Druckereien

Druck- und Verlagshaus Gruner + Jahr, Hamburg, Itzehoe	74,9
--	------

Zeitschriftenverlage

Börse Online Verlag, München	74,9
Ehrlich & Sohn, Hamburg	74,9
GyJ España Ediciones, Madrid, Spanien	74,9
Gruner + Jahr (Schweiz), Zürich, Schweiz	74,9
Gruner + Jahr Polska, Warschau, Polen	74,9
Gruner + Jahr ZAO, Moskau, Russland	74,9
Gruner + Jahr USA Printing and Publishing Company, New York, Waseca, USA	74,9
G+J Verlagsgesellschaft, Wien, Österreich	74,9
Gruner + Jahr Mondadori, Mailand, Italien *)	50
Gruner + Jahr Medien Vertrieb, Hamburg *)	60
G+J/RBA, Hamburg *)	50
G+J/RBA, Warschau, Polen *)	50
G+J/RBA, Paris, Frankreich *)	50
G+J/RBA, Amsterdam, Niederlande	74,9
manager magazin Verlagsgesellschaft, Hamburg *)	24,9
M.C. Verlagsgesellschaft, München *)	50
MVF Magazin-Verlag am Fleetrand, Hamburg	74,9
News-Gruppe, Wien, Österreich *)	75
Norddeutsche Verlagsgesellschaft, Hamburg	74,9
Prisma Presse, Paris, Frankreich	74,9
SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein, Hamburg *)	24,75
TIP Verlag, Berlin	74,9

Zeitungen

Dresdner Druck- und Verlagshaus, Dresden*)	60
Berliner Verlag, Berlin	74,9
Vydavateľstvo casopisov a novín, Bratislava, Slowakische Republik *)	51
Expres, Bukarest, Rumänien *)	50
Népszabadság, Budapest, Ungarn	67,65

Financial Times Deutschland, Hamburg*)	50
Blic press, Belgrad, Jugoslawien *)	49

Druckereien/Technische Betriebe

Brown Printing Company, Waseca, USA	74,9
G+J Berliner Zeitungsdruck, Berlin	74,9

Dienstleistungen

G+J Electronic Media Service EMS, Hamburg	74,9
G+J Multimedia Ventures, Hamburg	74,9
travelchannel, Hamburg *)	50
G+J Business Channel, Hamburg	74,9
G+J Computer Channel, Hamburg	74,9
handy.de, Hamburg *)	51,03
G+J Berlin Online, Berlin *)	50
Lycos Europe, Haarlem, Niederlande *)	5,5
Daum Communications, Seoul, Südkorea *)	10,7
Yam Digital Technology, Taipeh, Taiwan *)	5
Picture Press Bild- und Textagentur, Hamburg	74,9
Berliner Pressevertrieb, Berlin	74,9
DPV Deutscher Pressevertrieb, Hamburg	74,9
IPV Inland Presse Vertrieb, Hamburg	74,9
Hamburger Journalistenschule (Henri-Nannen-Schule), G+J-Die Zeit, Hamburg *)	95
K+S Kundenzeitschriften- und Service-Verlagsgesellschaften, Hamburg	74,9

Funk und Fernsehen

MedienKontor FFP, Dortmund *)	25
-------------------------------	----

BMG

Musikfirmen

Arista Records, New York, USA	
Bad Boy Records, New York, USA	50
Bakery Music Thailand, Bangkok, Thailand	52

BMG

Athen, Griechenland	
Auckland, Neuseeland	
Bangkok, Thailand	75
Bombay, Indien	70
Brüssel, Belgien	
Budapest, Ungarn	
Buenos Aires, Argentinien	
Dublin, Irland	
Hamburg	
Helsinki, Finnland	
Hilversum, Niederlande	
Hongkong, China	
Istanbul, Türkei	
Jakarta, Indonesien	51
Johannesburg, Südafrika	
Kopenhagen, Dänemark	
Kuala Lumpur, Malaysia	
Lissabon, Portugal	
Madrid, Spanien	
Manila, Philippinen	80
Mexico City, Mexiko	
Moskau, Russland	
München	
Oslo, Norwegen	
Paris, Frankreich	
Prag, Tschechische Republik	
Rio de Janeiro, Brasilien	
Rom, Italien	
Santiago de Chile, Chile	
Seoul, Südkorea	
Singapur, Singapur	
Stockholm, Schweden	
Sydney, Australien	
Taipeh, Taiwan	
UK & Ireland, London, Großbritannien	
Warschau, Polen	
Wien, Österreich	
Zürich, Schweiz	

BMG Ariola Media, München
BMG Ariola Miller, Quickborn

BMG Berlin Musik, Berlin	
BMG Central America, San José, Costa Rica	
BMG Distribution, New York, USA	
BMG Entertainment Canada, Toronto, Kanada	
BMG Entertainment International, New York, USA	
BMG Funhouse, Tokio, Japan	
BMG Köln Musik, Köln	
BMG Middle East, Dubai, Vereinigte Arabische Emirate	49,5
BMG Music, New York, USA	
BMG Special Products, New York, USA	
BMG U.S. Latin, Miami, USA	
Conifer Records, London, Großbritannien	
Flyte Tyme Records, Los Angeles, USA	50
J Records, New York, USA	50
LaFace Records, New York, USA	
Le Groupe BMG Quebec, Montreal, Kanada	
Melisma Records, Los Angeles, USA	50
Music Impact, Hongkong, China	80
Musicnet.com, New York, USA	20
Network Music, San Diego, USA	
NuAmerica Music, Los Angeles, USA	50
RCA Label Group, Nashville, USA	
RCA Records, New York, USA	
RCA Victor Group, New York, USA	
Spere Records, Atlanta, USA	50
Zomba Records, New York, USA	20

Montreal, Kanada	
München	
New York, USA (Zentrale)	
Oslo, Norwegen	
Paris, Frankreich	
Peking, China	
Prag, Tschechische Republik	
Rio de Janeiro, Brasilien	
Rom, Italien	
Santiago de Chile, Chile	
Seoul, Südkorea	
Singapur, Singapur	
Stockholm, Schweden	
Sydney, Australien	
Taipeh, Taiwan	
Tokio, Japan	
Toronto, Kanada	
Warschau, Polen	
Wien, Österreich	
Zürich, Schweiz	
BMG Songs, Los Angeles, Nashville, New York, USA	
Zomba Music, New York, USA	25

Musikverlage

BMG Music Publishing

Athen, Griechenland
Berlin
Brüssel, Belgien
Budapest, Ungarn
Buenos Aires, Argentinien
Helsinki, Finnland
Hilversum, Niederlande
Hongkong, China
Istanbul, Türkei
Johannesburg, Südafrika
Kopenhagen, Dänemark
Kuala Lumpur, Malaysia
Lissabon, Portugal
London, Großbritannien
Madrid, Spanien
Manila, Philippinen
Mailand, Italien
Mexico City, Mexiko

BertelsmannSpringer

**BertelsmannSpringer
Science+Business Media**

ABI Building Data, Neston South Wirral, Großbritannien	
ArchiPoint, Zaventem, Belgien	
ÄRZTE WOCHE Zeitungsverlagsgesellschaft, Wien, Österreich	
Ärzte Zeitung Verlagsgesellschaft, Neu-Isenburg	
Auto Business Verlag, Ottobrunn	
B.G. Teubner, Wiesbaden	
Bau-Data, Hallein-Vigaun, Österreich	
Bau-Datenbank, Celle	
BauNetz Online-Dienst, Berlin	
Bauverlag, Walluf	
Beijing Bertelsmann Construction Information Service, Peking, China	51
Bertelsmann Fachzeitschriften, Gütersloh	
Bertelsmann Information Professionnelle, Paris, Frankreich	
BertelsmannSpringer Business-to-Business (Schweiz), Schlieren, Schweiz	
BertelsmannSpringer CZ, Prag, Tschechische Republik	
BertelsmannSpringer Magyarorszá, Budapest, Ungarn	
Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, Wiesbaden	
Birkhäuser Verlag Basel, Basel, Schweiz	87,1
Birkhäuser Boston, Cambridge, USA	86,7
Böhlau Verlag, Wien, Österreich	33,9
BWF-Bertelsmann Wydawnictwa Fachowe, Warschau, Polen	
CoboSystems, Zaventem, Belgien	
Codes Rousseau, Les Sables d'Olonne, Frankreich	
Der Platow Brief, Frankfurt	
design & production, Heidelberg	78,5
Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden	
Eastern Book Service, Tokio, Japan	85,1
ETRASA Editorial Trafico Vial, Madrid, Spanien	
European Software, Madrid, Spanien	
Forum Press, Schlieren, Schweiz	
Friedr. Vieweg & Sohn Verlagsgesellschaft, Wiesbaden	
FUCHSBRIEFE, Berlin	
Garage Fachverlag, Schlieren, Schweiz	60
Groupe Impact Médecin, Paris, Frankreich	
Grupa Image, Warschau, Polen	
Health Online Service LIFELINE, Berlin	
Heinze, Celle	
HOS multimedia Online Service, Berlin	

ibau Informationsdienst für den Baumarkt, Münster	
ICW Publications, Neston South Wirral, Großbritannien	
INFO-BUILD, Kortrijk, Belgien	
InfoChem Gesellschaft für chemische Information, München	69,7
Key Curriculum Press, Emeryville, USA	68,3
Media Office, Lasne, Belgien	
Media-Daten, Zürich, Schweiz	
Media-Daten, Walluf	
Meritum, Bratislava, Slowakische Republik	66
MMV Medien & Medizin Verlagsgesellschaft, München	
MMV Medien & Medizin Verlag, Basel, Schweiz	93,6
PlusPointMarketing, Genk, Belgien	
ProEdit, Heidelberg	72,7
Princeton Architectural Press, New York, USA	44,1
Renata Film, Prag, Tschechische Republik	
Saladruk, Berlin	82,6
Schück Söhne, Rüslikon, Schweiz	
Scientific Publishing Services, Bangalore, Indien	74,4
Septima, Paris, Frankreich	
Springer Auslieferungs-Gesellschaft, Heidelberg	87,1
Springer-VDI-Verlag, Düsseldorf	39,2
Springer-Verlag Berlin/Heidelberg, Berlin, Heidelberg	87,1
Springer-Verlag France, Paris, Frankreich	87,1
Springer-Verlag Hong Kong, Hong Kong, China	87,1
Springer-Verlag Ibérica, Barcelona, Spanien	87,1
Springer-Verlag Italia, Mailand, Italien	87,1
Springer-Verlag London, London, Großbritannien	87,1
Springer-Verlag New York, New York, USA	86,7
Springer-Verlag Tokyo, Tokio, Japan	87,1
Springer-Verlag, Wien, Österreich	67,9
Steinkopff-Verlag Dr. Dietrich, Darmstadt	87,1
technopress Fachzeitschriftenverlag, Klosterneuburg, Österreich	
Universitätsdruckerei H. Stürtz, Würzburg	82,7
Urban & Vogel Medien und Medizin Verlagsgesellschaft, München	93,6
Verlag Heinrich Vogel Fachverlag, München	
Wendel-Verlag, Kassel	
Westdeutscher Verlag, Wiesbaden	

Arvato

Druckereien

Berryville Graphics, Berryville, USA	
Cobri, Madrid, Spanien	
Coral Graphic Services, Hicksville, USA	95,1
Dynamic Graphic Finishing, Horsham, USA	95,1
Eurogravure, Mailand, Italien	69,2
Eurohueco, Barcelona, Spanien	65
Fernwärme GmbH, Gütersloh	51
GGP Media, Pöbneck	
Jaroslawschij Poligrafitscheskij Kombinat, Jaroslavl, Russland	50,9
maul-belser Klebebindung, Nürnberg	75
maul-belser Studios, Nürnberg	75
maul-belser, Nürnberg	75
MOHN Media Bindery, Gütersloh	
MOHN Media Elsnerdruck, Berlin	
MOHN Media Energy, Gütersloh	
MOHN Media Mohndruck, Gütersloh	
MOHN Media Print, Gütersloh	
MOHN Media Sales, Gütersloh	
MOHN Media Services, Gütersloh	
Nuovo Istituto Italiano d'Arti Grafiche, Bergamo, Italien	98,8
Offset Paperback Manufacturers, Dallas, USA	
Printer Colombiana, Bogotá, Kolumbien	50
Printer Indústria Grafica, Barcelona, Spanien	
Printer Portuguesa Indústria Grafica, Lissabon, Portugal	
ProBind Professional Binding, Marienfeld	95
Rotedic, Madrid, Spanien	

Dienstleistungen

AZ Bertelsmann Direct, Gütersloh	
AZ Direct Marketing Bertelsmann, Wien, Österreich	
BD Medien Service, Münchenstein, Schweiz	
BenefitNation, Delaware, USA	60
Bertelsmann Communication Services France, Noyelles-sous-Lens, Frankreich	
Bertelsmann Direct, Barcelona, Spanien	
Bertelsmann Direkt Marketing Fabrik, Gütersloh	
Bertelsmann Direkt Marketing Fabrik, Springe	
Bertelsmann Distribution Financial Services, Dublin, Irland	
Bertelsmann Distribution, Gütersloh	
Bertelsmann Finanz Service, Gütersloh	
Bertelsmann Finanz Service, Münster	

Bertelsmann Marketing Service España, Barcelona, Spanien	
Bertelsmann Marketing Service Dortmund, Dortmund	
Bertelsmann Marketing Service, Gütersloh	
Bertelsmann Marketing Service Münster, Münster	
Bertelsmann Marketing Service Neumünster, Neumünster	
Bertelsmann Marketing Service, Wuppertal	
Bertelsmann Medien Service, Gütersloh	
Bertelsmann Service Center Czech Republic, Nove Straseci, Tschechische Republik	
Bertelsmann Service Center Poland, Posen, Polen	
Bertelsmann Services France, Noyelles-sous-Lens, Frankreich	
Bertelsmann Services, Valencia, USA	
Bertelsmann Services UK, Warley, Großbritannien	
Bertelsmann Services, Gütersloh	
Central Inkasso, Rheda-Wiedenbrück	
Central Inkasso, Wien, Österreich	
Data Center Luzern, Luzern, Schweiz	50
Deutsche PostAdress, Bonn	49
Direct Data Logistics, Warley, Großbritannien	50
DISTODO Distribuicao e Logistica, Lissabon, Portugal	33,3
Distributionszentrum Bertelsmann, Jaroslavl, Russland	
Forms Facility Group, Abcoude, Niederlande	60
I-EscrowEurope, Dublin, Irland	51
Inforate, Gütersloh	74,8
Media Log Spedition, Gütersloh	
Medienvertrieb und Logistik, Hagen	50
MSN – Marketing Service Nordwest, Schortens	
MSW Marketing Service Südwest, Stuttgart	
Swiss Post Data Services, Zürich, Schweiz	50
TAD Sistemas, Barcelona, Spanien	
Total Distribución, Madrid, Spanien	66,7
Trust International Hotel Reservation Services, Frankfurt	
Webmiles, München	70

IT

AST Applied Software Technology, München	90
Bertelsmann bE-Commerce Service, Gütersloh	

Bertelsmann IT Infrastructure North America, Delaware, USA	
Bertelsmann mediaSystems España, Barcelona, Spanien	
Bertelsmann mediaSystems France, Paris, Frankreich	
Bertelsmann mediaSystems Italia, Mailand, Italien	
Bertelsmann mediaSystems North America, Delaware, USA	
Bertelsmann mediaSystems UK, London, Großbritannien	
Bertelsmann mediaSystems, Shanghai, China	
Bertelsmann mediaSystems, Gütersloh	
BmS Holding, Gütersloh	49
Mtec Gesellschaft für Medientechnologie, Rostock	
Prompt 92, Budapest, Ungarn	51
QuBiz, Gütersloh	
„S4M“ Solutions for Media, Gütersloh	33,3
SSB Software Service und Beratungsgesellschaft, München	54,7

Speichermedien

Bertelsmann Speichermedien, Gütersloh	
Digital World Services, Hamburg, New York, USA	
Sonopress Ibermemory, Madrid, Spanien	51
Sonopress Pan Asia, Hongkong, China	75
Sonopress Pan Asia, Tokio, Japan	75
Sonopress Rimo, Buenos Aires, Argentinien	52
Sonopress Rimo, Sao Paulo, Brasilien	52
Sonopress, Birmingham, Großbritannien	
Sonopress, Dublin, Irland	
Sonopress, Gütersloh	
Sonopress, Johannesburg, Südafrika	
Sonopress, Mexico City, Mexiko	
Sonopress, Paris, Frankreich	
Sonopress, Sao Paulo, Brasilien	
Sonopress, Weaverville, USA	
Topac, Gütersloh	

Spezialverlage/Sonstiges

Bertelsmann Arvato Middle East Sales, Dubai, Vereinigte Arabische Emirate	
Astrosat, Prag, Tschechische Republik	36,8
Bertelsmann Event Media, Gütersloh	

Bertelsmann Kalender & Promotion Service, Gütersloh	
Bertelsmann Lexikon Verlag, Gütersloh	
cutup vision, Köln	67,1
Deutscher Supplement Verlag, Nürnberg	75
Editoriale Johnson, Seriate, Italien	98,8
empolis, Gütersloh	89,5
empolis catalog management, Gütersloh	71,6
empolis content management, Würzburg	89,5
empolis knowledge management, Kaiserslautern	89,5
empolis professional services, Gütersloh	89,5
empolis Hungary, Budapest, Ungarn	47,1
empolis North America, Boston, USA	89,5
empolis Polska, Warschau, Polen	85,1
empolis Scandinavia, Oslo, Norwegen	89,5
empolis UK, Swindon, Großbritannien	89,5
EMS Digital Elektronischer Marketing Service für Verlage, Hamburg	18,8
EPS Programm Service, Zürich, Schweiz	15
inmediaONE], Gütersloh, Wien, Österreich, Gladbruck, Schweiz	
Medicforma.com, Dortmund	32
MM Concept Service, Gütersloh	
Mobilitätsverlag, Berlin	
Mohndruck Kalenders, Breda, Niederlande	
Mohndruck Wydawnictwo Kalendarzowe, Posen, Polen	
NEON Newspaper Online Network, Nürnberg	75
Nionex, Gütersloh	
P&P Redaktion für Publikation und Präsentation, Gütersloh	49,2
Präsenta Promotion International, Solingen	60
Pressens Media Service DSV, Stockholm, Schweden	71,3
Print Service, Solingen	60
Publicisterna Söderberg, Stockholm, Schweden	71,3
tele-Zeitschriftenverlagsgesellschaft, St. Pölten, Österreich	18,7
TopPublishing, Gütersloh	49,2
TV Information Services, Nürnberg	75
Wissen.de, München	
WV Kalenderverlag, Himberg b. Wien, Österreich	75

DirectGroup

Clubs/Community Businesses

Mittel- und Osteuropa

Der Club, Gütersloh, Rheda-Wiedenbrück	
Buchgemeinschaft Donauland	
Kremayr & Scheriau, Wien, Österreich	75
Bertelsmann Medien (Schweiz), Zug, Schweiz	
Knizni Klub, Prag, Tschechische Republik	
Swiat Ksiazki, Warschau, Polen	
Media Klub, Bratislava, Slowakische Republik	
BOL Deutschland, Gütersloh	
Bertelsmann Media Moskau, Moskau, Russland	

Süd- und Westeuropa

ECl voor Boeken en Platen, Vianen, Niederlande	88,6
France Loisirs, Paris, Frankreich *)	
France Loisirs Belgique, Ath, Belgien *)	
France Loisirs (Suisse), Crissier, Schweiz *)	
Quebec Loisirs, Montreal, Kanada *)	
Mondolibri, Mailand, Italien	49,9
Circulo de Lectores, Barcelona, Spanien	
Circulo de Leitores, Lissabon, Portugal	
BOL Niederlande, Vianen, Niederlande	
BOL Nordic, Lund, Schweden	50

BOL Italien, Mailand, Italien	50
S.G.E.D. Suisse, Schweiz	50
S.G.E.D. France, Frankreich	50
Lexicultural, Lissabon, Portugal	

Asien

Club China, Shanghai, China	70
Club Südkorea, Seoul, Südkorea	
BOL Japan, Tokio, Japan	85,1

Englischsprachige Länder

BOOKSPAN, New York, USA	50
Zooba, Boston, USA	
Doubleday Book Clubs, Toronto, Kanada	
Doubleday Australia, Sydney, Australien	
Doubleday New Zealand, Auckland, Neuseeland	
BCA, London, Großbritannien	
BOL UK, London, Großbritannien	

BeCG

barnesandnoble.com, New York, USA	36,2
-----------------------------------	------

BeMusic

BMG Direct, Wilmington, USA	
CDNOW, Fort Washington, USA	

Investments

DealTime, Netanya, Israel	18,7
Stadtmagazin, Hamburg	75
Yam Digital Technology, Taipeh, Taiwan	5
Daum Communications, Seoul, Südkorea	9,5
Eurofund 2000, Tel Aviv, Israel	3,7

Bertelsmann Capital

ARTISTdirect, Los Angeles, USA	5
Cocomore, Frankfurt/Main	28,3
Listen.com, San Francisco, USA	2
Lycos Europe, Haarlem, Niederlande	10,96
Pixelpark, Berlin	60,3
PlanetOut Partners, San Francisco, USA	3
Publishers Market, München	35
TopicalNet, Waltham, USA	2,4
Tradenable, Redwood Shores, USA	6
Urban Entertainment, Los Angeles, USA	14
YOUtopia.com, New York, USA	19

*) Anteilserhöhung von 50 Prozent auf 100 Prozent vorbehaltlich kartellrechtlicher Genehmigung.

Die Organisationsstruktur gibt die rechtliche Struktur des Konzerns nur teilweise wieder ■ Anteile an Konzerngesellschaften in Prozent

■ Firmen ohne Beteiligung = 100 Prozent ■ Stand 31. August 2001

Informationen

■ Bertelsmann ist ein internationales Medienunternehmen, das Unterhaltung und Information in alle Welt vermittelt. Kreative Inhabearbeit, konsequente Kundenorientierung und das Streben nach einer angemessenen Verzinsung des eingesetzten Kapitals stehen im Mittelpunkt unseres Handelns. Wir wollen Spitzenpositionen in den Märkten einnehmen, in denen wir tätig sind, und wir wollen Leistungsbeiträge für die Gesellschaft erbringen. Bertelsmann misst Kontinuität und der Fähigkeit zu Wandel und Weiterentwicklung im Unternehmen gleichermaßen hohe Bedeutung bei. Wir streben nach einer gerechten und motivierenden Arbeitswelt.

Wir suchen den Dialog mit Ihnen – Genussscheininhabern, Journalisten, Analysten, Geschäftspartnern und potenziellen neuen Mitarbeitern – und möchten Ihnen bestmögliche Information bieten. Rufen Sie unsere Homepage auf, wo Sie stets tagesaktuelle Nachrichten und Wissenswertes über das Unternehmen Bertelsmann finden; oder mailen Sie uns, schicken Sie einen Brief oder rufen Sie uns an. Wir freuen uns auf Sie!

■ Aktuelle Informationen über Bertelsmann erhalten Sie über unsere Homepage im Internet:

// bertelsmann.de

■ Weitere Informationen erhalten Sie unter folgender Adresse:

Bertelsmann AG
Unternehmenskommunikation
Carl-Bertelsmann-Straße 270
Postfach 111
33311 Gütersloh

Telefon (052 41) 80-24 38
Fax (052 41) 80-66 13
eMail info@bertelsmann.de

Impressum

Redaktion Unternehmenskommunikation/Medien- und Wirtschaftsinformation
Gestaltung Kuhn, Kammann & Kuhn AG, Köln
Foto Marek Vogel, München (Umschlag, Seiten 1, 10–13, 14 (Bild links), 15–23, 26/27, 32/33, 38/39, 44/45, 50/51, 54/55, 60/61)
Produktion TopPublishing GmbH, Gütersloh
Druck MOHN Media · Mohndruck GmbH, Gütersloh