

The Spirit
to Create

Bertelsmann auf einen Blick

Kennzahlen (IFRS)	2006	2005	2004	2003	2002
in Mio. €					
Geschäftsentwicklung					
Konzernumsatz	19.297	17.890	17.016	16.801	18.312
Operating EBIT ¹⁾	1.867	1.610	1.429	1.026	787
Operating EBITA	–	–	–	1.123	936
Operating EBITDA	2.548	2.274	2.112	1.866	1.666
Umsatzrendite in Prozent ²⁾	9,7	9,0	8,4	6,7	5,1
Operating Bertelsmann Value Added (BVA ³⁾)	101	28	3	–	–
Konzerngewinn	2.424	1.041	1.217	208	968
Investitionen	1.092	2.565	930	761	5.263
Bilanz					
Eigenkapital	6.429	9.170	8.846	7.631	7.744
Eigenkapitalquote in Prozent	28,6	40,0	42,2	37,9	34,9
Bilanzsumme	22.498	22.932	20.970	20.164	22.188
Wirtschaftliche Finanzschulden ⁴⁾	6.760	3.931	2.632	3.227	5.184
Leverage Faktor ⁵⁾	2,8	2,2	1,6	1,9	–
Mitarbeiter (Anzahl)⁶⁾					
Deutschland	34.336	32.570	27.350	27.064	31.712
International	62.796	58.989	48.916	46.157	48.920
Gesamt	97.132	91.559	76.266	73.221	80.632
Dividende an die Aktionäre der Bertelsmann AG	120	287	324	220	240
Genussscheinausschüttung	77	76	76	76	77
Gewinnbeteiligung der Mitarbeiter	73	48	29	29	34

Diese Übersicht zeigt die in den Geschäftsberichten der vergangenen Jahre veröffentlichten Werte.

¹⁾ Seit dem 1. Januar 2004 verwendet Bertelsmann das Operating EBIT, um die Erträge der laufenden Geschäftstätigkeit zu messen. Zur besseren Vergleichbarkeit wurden hier die Zahlen für die Geschäftsjahre 2003 und 2002 zusätzlich angepasst.

²⁾ Bezogen auf das Operating EBIT

³⁾ Bertelsmann verwendet zur Beurteilung der Ertragskraft des operativen Geschäfts sowie zur Beurteilung der Kapitalrentabilität als Steuerungsgröße den BVA.

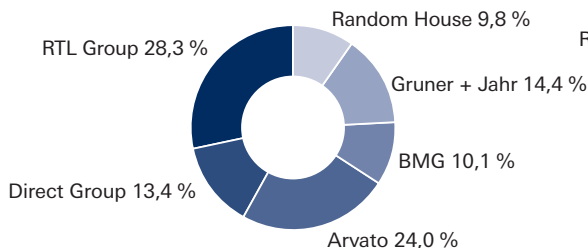
⁴⁾ Nettofinanzschulden zuzüglich Pensionsrückstellungen und Genusskapital

⁵⁾ Wirtschaftliche Finanzschulden/Operating EBITDA (nach Modifikationen)

⁶⁾ Die Mitarbeiterzahlen 2005 wurden entsprechend der geänderten Erfassungsmethodik angepasst.

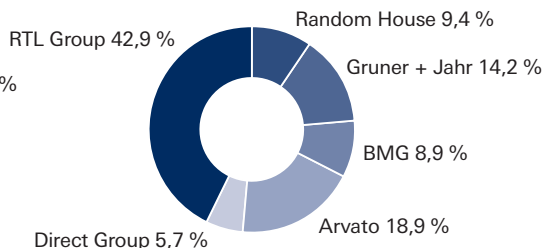
Umsatz nach Bereichen

in Prozent*



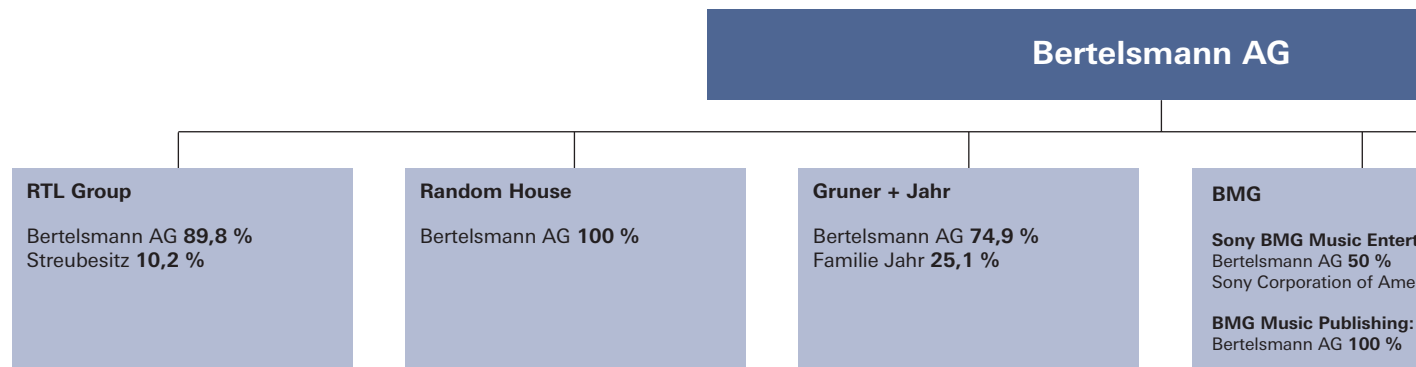
Operating EBIT nach Bereichen

in Prozent*



* Basis: Summe der Bereiche vor Corporate/Konsolidierung

Die Unternehmensbereiche auf einen



Die RTL Group ist Europas führendes Rundfunk- und TV-Produktionsunternehmen mit Beteiligungen an 38 Fernsehsendern und 29 Radiostationen in zehn Ländern sowie weltweiter Präsenz im Bereich Inhalteproduktion.

RTL Group	2006	2005	2004	2003	2002
in Mio. €					
Umsatz	5.640	5.112	4.878	4.452	4.362
Operating EBIT ¹⁾	835	756	668	503	465
Operating EBITA	-	-	-	503	465
Mitarbeiter (Anzahl)	11.307	8.970	8.117	7.254	7.378



Random House ist die größte Buchverlagsgruppe der Welt. Das Portfolio umfasst mehr als 120 publizistisch unabhängige Einzelverlage, die jährlich rund 9.000 Neuerscheinungen veröffentlichen.

Random House	2006	2005	2004	2003	2002
in Mio. €					
Umsatz	1.947	1.828	1.791	1.776	1.995
Operating EBIT ¹⁾	182	166	140	115	147
Operating EBITA	-	-	-	147	168
Mitarbeiter (Anzahl)	5.804	5.468	5.383	5.525	5.626



Das Druck- und Verlagshaus Gruner + Jahr ist Europas größter Zeitschriftenverlag. Das Unternehmen veröffentlicht mehr als 300 Zeitschriften und Zeitungen in mehr als 20 Ländern, einschließlich zugehöriger Online-Angebote.

Gruner + Jahr	2006	2005	2004	2003	2002
in Mio. €					
Umsatz	2.861	2.624	2.439	2.481	2.800
Operating EBIT ¹⁾	277	250	210	233	220
Operating EBITA	-	-	-	234	226
Mitarbeiter (Anzahl)	14.529	13.887	11.671	11.352	11.367



BMG	2006	2005	2004	2003	2002
in Mio. €					
Umsatz					
Operating EBIT ¹⁾					
Operating EBITA					
Mitarbeiter (Anzahl)					



Arvat	2006	2005	2004	2003	2002
in Mio. €					
Umsatz					
Operating EBIT ¹⁾					
Operating EBITA					
Mitarbeiter (Anzahl)					



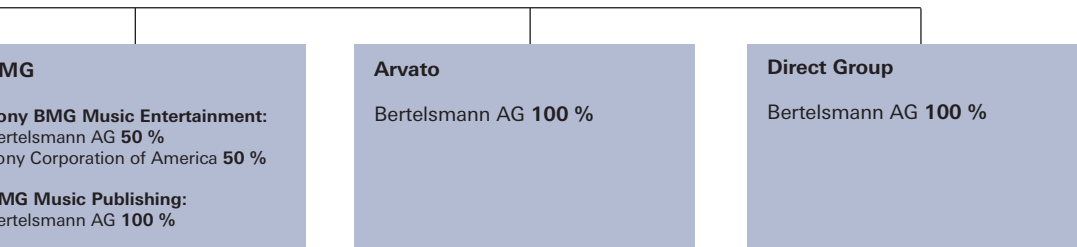
Direc	2006	2005	2004	2003	2002
in Mio. €					
Umsatz					
Operating EBIT ¹⁾					
Operating EBITA					
Mitarbeiter (Anzahl)					

Diese Ü
¹⁾ Seit dem
 messen.

neinen Blick

AG

BERTELSMANN
media worldwide



Der Unternehmensbereich BMG besteht aus dem Musikverlag BMG Music Publishing und aus dem Joint Venture Sony BMG Music Entertainment, das Labels wie Arista, Columbia Records, Epic Record, Jive und RCA Records vereinigt.

BMG	2006	2005	2004	2003	2002
in Mio. €					
Umsatz	2.017	2.128	2.547	2.712	2.714
Operating EBIT ¹⁾	173	177	162	54	43
Operating EBITA	-	-	-	110	125
Mitarbeiter (Anzahl)	3.009	3.736	4.259	4.880	6.452



Arvato, einer der größten Medien- und Kommunikationsdienstleister der Welt, bietet neben klassischem Druck auch moderne Dienstleistungen wie Servicecenter, Finanz-Clearing oder Mobile Services an.

Arvato	2006	2005	2004	2003	2002
in Mio. €					
Umsatz	4.782	4.365	3.756	3.639	3.668
Operating EBIT ¹⁾	367	341	310	261	217
Operating EBITA	-	-	-	261	217
Mitarbeiter (Anzahl)	46.584	42.706	33.813	31.405	31.174



Der Unternehmensbereich Direct Group bringt Medien zu Menschen – vom Buch bis zur DVD. Auswahl und Service der Clubs, der Filialen und Online-Shops der Direct Group überzeugen mehr als 35 Millionen Mitglieder in 24 Ländern.

Direct Group	2006	2005	2004	2003	2002
in Mio. €					
Umsatz	2.665	2.384	2.175	2.286	2.707
Operating EBIT ¹⁾	110	53	32	4	-160
Operating EBITA	-	-	-	4	-150
Mitarbeiter (Anzahl)	14.996	13.717	12.116	11.893	12.309

Diese Übersicht zeigt die in den Geschäftsberichten der vergangenen Jahre veröffentlichten Werte.

¹⁾ Seit dem 1. Januar 2004 verwendet Bertelsmann das Operating EBIT, um die Erträge der laufenden Geschäftstätigkeit zu messen. Zur besseren Vergleichbarkeit wurden hier die Zahlen für die Geschäftsjahre 2003 und 2002 zusätzlich angepasst.

Geschäftsbericht 2006**Management**

Interview mit Gunter Thielen	2
Vorstand	8

Unternehmen

Die Bertelsmann Essentials	10
----------------------------	----

Unternehmensbereiche

RTL Group	18
Random House	26
Gruener + Jahr	34
BMG	42
Arvato	50
Direct Group	58

Finanzinformationen

Konzernlagebericht	66
Corporate Governance	91
Bericht des Aufsichtsrats	92
Konzernabschluss	94
Konzernanhang	100
Organe und Mandate	148
Bestätigungsvermerk des Konzernabschlussprüfers	151

Weitere Informationen

Glossar	152
Finanzkalender/Impressum	153

» Startklar für die nächste Wachstumsphase «

2006 war wirtschaftlich das beste Jahr in der Geschichte von Bertelsmann. Es war ein Jahr von historischer Bedeutung für das Unternehmen: Durch den Rückkauf der Anteile von der belgischen Finanzgruppe Groupe Bruxelles Lambert (GBL) hat Bertelsmann seine Unabhängigkeit gestärkt und zugleich die größte Einzeltransaktion in der Unternehmensgeschichte abgewickelt. Im Interview erklärt der Vorstandsvorsitzende Gunter Thielen, warum die Bertelsmann AG auch künftig in der Weltspitze der Medienkonzerne spielen wird.

Frage: Herr Thielen, die Medienbranche steckt durch die Digitalisierung mitten in einem tief greifenden Strukturwandel. Ausgerechnet in dieser Situation gibt Bertelsmann Milliarden für den Rückkauf von 25,1 Prozent der Anteile am eigenen Unternehmen aus. Wie passt das zusammen?

Gunter Thielen: Ich kann die Skepsis mancher Beobachter verstehen. Aber dieser Schritt war richtig. Er sichert dem Unternehmen langfristig Unabhängigkeit und strategische Handlungsfreiheit. Der Preis war angemessen und wäre heute – nach nicht einmal einem Jahr – schon viel höher. Denn wir haben unseren Wert seitdem weiter gesteigert.

Frage: Aber stieg durch den Rückkauf nicht die Verschuldung?

Gunter Thielen: Ja, durch den Rückkauf ist die Verschuldung stark gestiegen. Doch bereits Ende des Jahres 2007 werden wir uns dank gut

laufender Geschäfte und des erfolgreichen Verkaufs unseres Music-Publishing-Geschäfts unserem internen Finanzierungsziel stark annähern. Das Jahr 2006 war für uns sehr erfolgreich. Wir haben Umsatz und Gewinn deutlich gesteigert. Bertelsmann ist in hervorragender Verfassung. Wir sind gut aufgestellt und auf dieser Basis bereiten wir heute die nächste Wachstumsphase vor, die vor 2008 startet.

Frage: Spielte bei der Entscheidung auch die Unternehmenskultur von Bertelsmann eine Rolle?

Gunter Thielen: In hohem Maße! Wir haben durch den Rückkauf die partnerschaftliche Unternehmenskultur von Bertelsmann langfristig gesichert. Und das tun wir, weil es nach unserer Überzeugung gleichermaßen gut für die Mitarbeiter und auch für das Geschäft ist. Unsere Unternehmenskultur ist die Basis unseres Erfolgs. Wir können uns stärker an langfristigen Unternehmenszielen orientieren als börsenno-



GUNTER THIELEN
Vorstandsvorsitzender der Bertelsmann AG

» Es gibt nur wenige Unternehmen, die so viele gute unternehmerisch denkende Führungskräfte und hoch motivierte Mitarbeiter wie Bertelsmann haben. Sie alle verbindet der Wille, etwas Neues auf den Weg zu bringen, kreative Ideen zur Marktreife zu entwickeln und Werte zu schaffen. Das verstehen wir unter dem ›Spirit to Create‹.«



tierte Unternehmen, die im Zyklus von Quartalen denken müssen. Wir können langfristig planen und wir haben die Freiheit, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Gewinn zu beteiligen, ohne jemanden um Erlaubnis fragen zu müssen. Wir können ihnen Beständigkeit und Perspektiven vermitteln. Das motiviert und erhöht die Bindung an das Unternehmen. Diese Fakten wurden uns im Herbst 2006 in unserer zweiten internationalen Mitarbeiterbefragung erneut bestätigt. Vier von fünf Mitarbeitern würden sofort bei Bertelsmann anfangen, wenn sie neu zu entscheiden hätten. Die Ergebnisse zeigen: unsere Kultur ist ein handfester Wettbewerbsvorteil und nicht etwa sozialer Luxus.

Frage: In der Medienbranche werden derzeit enorme Summen zum Beispiel für die Übernahme von Internetunternehmen bezahlt. Kann Bertelsmann ohne Börsengang und Zugang zum Kapitalmarkt weiter in der Weltliga der Medienkonzerne spielen?

Gunter Thielen: Bertelsmann gehört nach wie vor zur Champions League der internationalen Medienindustrie. Auch ohne Börsengang bleiben wir ein kapitalmarktorientiertes Unternehmen, das sich jederzeit an den Märkten die notwendigen Finanzierungsmittel sichern kann. Beleg: Wir haben in 2006 zwei Anleihen mit einem Milliardenvolumen erfolgreich platziert. Und wir haben in den Jahren 2005 und 2006 zusammen mit Boston Consulting

Group alle Unternehmensbereiche analysiert. Sind wir fit für die digitale Zukunft? Sind unsere Geschäfte auch langfristig gut aufgestellt? Und die Ergebnisse zeigen: An der Schwelle zu einer neuen Wachstumsphase sind wir gut gerüstet.

Die meisten Firmen und Bereiche haben die Weichen gut gestellt. Wir sind weltweit einer der größten Content-Produzenten und in Europa mit Abstand die Nummer 1. Auf dieser Position werden wir aufbauen.

Frage: Stehen für Investitionen in zukünftiges Wachstum derzeit ausreichend Mittel zur Verfügung?

Gunter Thielen: Wir werden sowohl organisch als auch durch Akquisitionen weiter wachsen. Unser Ziel ist klar: Ab 2008 verfügt Bertelsmann wieder über einen Finanzierungsspielraum zwischen 1,0 und 1,5 Mrd. € jährlich. Somit werden wir bis zum Jahr 2010 Investitionen in einer Größenordnung von rund 6 Mrd. € vornehmen können. Davon wird rund die Hälfte für Akquisitionen zur Verfügung stehen. Im Blick haben wir dabei sowohl unsere Kernmärkte in Europa und Nordamerika als auch die Wachstumsmärkte in Asien und Osteuropa – eine gute Ausgangsbasis für meinen Nachfolger Hartmut Ostrowski, der Anfang 2008 den Vorstandsvorsitz übernimmt.

Frage: Was haben Sie sich für Ihr letztes Jahr als Vorstandsvorsitzender von Bertelsmann vorgenommen?

Gunter Thielen: Auf meiner persönlichen Agenda stehen zwei Prioritäten: erstens die nächste Expansionsphase vorbereiten und zweitens ein systematisches Innovationsmanagement einführen.

Umsatz und Gewinn sind deutlich gewachsen. Fakt ist: Bertelsmann ist in hervorragender Verfassung. Wir haben ein starkes, wachstumsfähiges Portfolio.

Frage: Sehen Sie beim Letzteren Nachholbedarf?

Gunter Thielen: Der technologische Wandel durch die Digitalisierung stellt unser Unternehmen vor große Herausforderungen, und er wird in den kommenden Jahren zu großen Veränderungen führen. Die Bedeutung des Internets wächst und es wird unter anderem auch für die Werbung immer wichtiger. Neue Technologien, neue Wettbewerber und neue Geschäftsmodelle verändern die Marktmodelle und auch die Spielregeln: Im Kern geht es um die Frage, wie kann ein Medienunternehmen mit unserer Tradition seinen Erfolgsweg auch im Zeitalter der Digitalisierung fortsetzen? Wir müssen neue Ideen entwickeln und noch kreativer werden.

Frage: Viele der neuen Internetunternehmen sind aber nicht in Konzernen entstanden, sondern wurden von Risikokapitalgebern finanziert. Was wollen Sie dem entgegensetzen?

Gunter Thielen: Natürlich sind die jungen Start-ups wendiger und schneller als ein Konzern. Da sitzen junge, kreative Leute, die entschlossen sind, ihre Ideen in kurzer Zeit in Produkte umzusetzen. Eine Reihe dieser jungen Unternehmer vor allem in den USA habe ich in den letzten Monaten besucht. Gelernt habe ich bei ihnen eines: Bertelsmann muss noch schneller werden als bisher. Wir haben Top-Leute mit großem kreativem Potenzial und überragendem Einsatz. Wir werden rund um

Gunter Thielen: Wir wollen lieber neue Aktivitäten von innen heraus entwickeln oder in einem frühen Stadium ausfindig machen und ausbauen. Dabei werden wir diese Aktivitäten eng mit unserem Kerngeschäft in den Firmen und Bereichen verzahnen. Diese Strategie hat Bertelsmann groß gemacht. Die Digitalisierung der Medien ist für Unternehmer auch eine echte Chance. Bertelsmann wird diese Chance nutzen. Wir haben dazu im Herbst 2006 einen Risikokapitalfonds gegründet, den wir zum

Start mit 50 Mio. € ausgestattet haben. Er soll interessante Start-up-Unternehmen finden und Anteile kaufen. Das internationale Team von Bertelsmann Digital Media Investments mit Sitz in New York macht hier einen ausgezeichneten Job. Gerade unsere Dezentralität und die vielfältigen Aktivitäten in den Geschäftsbe-

Wir werden rund um unsere Kerngeschäfte neue Themen entdecken, sie besetzen und zügig bearbeiten. Dazu müssen wir auch größere Risiken eingehen. Wir werden Trends aufgreifen und unbürokratisch zu neuen Geschäften entwickeln.

unsere Kerngeschäfte neue Themen entdecken, sie besetzen und zügig bearbeiten. Dazu müssen wir auch größere Risiken eingehen. Wir werden Trends aufgreifen und unbürokratisch zu neuen Geschäften entwickeln.

Frage: Viele große Unternehmen tun sich schwer, neue Technologien und Ideen selbst zu entwickeln. Stattdessen werden wieder junge Start-ups von den Großen zu spektakulären Preisen übernommen. Planen Sie vergleichbare Akquisitionen?

reichen rund um das Thema Digitalisierung sind dabei ein riesiger Vorteil.

Frage: Der Geschäftsbericht 2006 steht unter der Überschrift »The Spirit to Create«. Welche Ideen verbinden Sie damit?

Gunter Thielen: Wenn ich darüber nachdenke, was Bertelsmann von anderen Unternehmen unterscheidet, dann komme ich recht schnell auf diesen Punkt: Es gibt nur wenige Unternehmen, die so viele gute unternehmerisch denkende Führungskräfte

und hoch motivierte Mitarbeiter haben. Sie alle verbindet der Wille, etwas Neues auf den Weg zu bringen, kreative Ideen zur Marktreife zu entwickeln und Werte zu schaffen. Das heißt: innovativer zu sein als andere, risikobereit zu sein, neue Technologien schnell einzusetzen. Das verstehen wir unter dem »Spirit to Create«. Das ist der Kern unserer Marke. Und deshalb bin ich sicher, dass wir auch künftig unsere Rolle in der Weltspitze behaupten werden.

Frage: An welche Ereignisse des Jahres 2006 erinnern Sie sich persönlich besonders gerne?

Gunter Thielen: Natürlich an die Begeisterung von Menschen aus der ganzen Welt, die hier in Deutschland eine phänomenale Fußball-Weltmeisterschaft erleben konnten. Sehr zufrieden war ich auch mit dem Erfolg der von zahlreichen Medienunternehmen unter Bertelsmann-Führung durchgeführten Kampagne »Du bist Deutschland« – die Stimmung im Land hat sich entscheidend verbessert und letztlich zu einer verbesserten Wirtschaftslage in Deutschland beigetragen. Daran müssen wir alle gemeinsam weiter arbeiten.



Der Vorstand der Bertelsmann AG



VON LINKS

DR. THOMAS RABE

Mitglied des Vorstands der Bertelsmann AG seit 1. Januar 2006, Chief Financial Officer und in Personalunion Leiter des Corporate Center der Bertelsmann AG, Gütersloh. Leiter des Unternehmensbereichs Bertelsmann Music Group (BMG) seit 10. Februar 2006. Geboren am 6. August 1965 in Luxemburg.

GERHARD ZEILER

Mitglied des Vorstands der Bertelsmann AG seit 1. Oktober 2005, Chief Executive Officer der RTL Group, Luxemburg. Geboren am 20. Juli 1955 in Wien.

DR. EWALD WALGENBACH

Mitglied des Vorstands der Bertelsmann AG seit 6. Februar 2002, Chief Executive Officer der Direct Group Bertelsmann, Gütersloh. Geboren am 10. Februar 1959 in Neustadt/Wied.



DR. GUNTER THIELEN

Mitglied des Vorstands der Bertelsmann AG seit 1. Juli 1985, Vorsitzender des Vorstands der Bertelsmann AG seit 5. August 2002, Gütersloh. Geboren am 4. August 1942 in Quierschied.

HARTMUT OSTROWSKI

Mitglied des Vorstands der Bertelsmann AG und Vorsitzender des Vorstands der Arvato AG seit 1. September 2002, Gütersloh. Geboren am 25. Februar 1958 in Bielefeld.

PETER OLSON J.D./MBA

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

DR. BERND KUNDRUN

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

Die Bertelsmann Essentials



GUNTER THIELEN
Vorstandsvorsitzender der Bertelsmann AG

ERICH RUPPIK
Vorsitzender des Konzernbetriebsrats der Bertelsmann AG

Unser Auftrag

Bertelsmann ist ein internationales Medienunternehmen. Wir vermitteln Informationen, Unterhaltung und Mediendienstleistungen und wollen damit Menschen inspirieren. Es ist unser Ziel, einen Leistungsbeitrag für die Gesellschaft zu erbringen. Wir wollen Spitzenpositionen in unseren Märkten einnehmen und streben eine das Wachstum und die Kontinuität des Unternehmens sichernde Verzinsung des eingesetzten Kapitals an. Kreative Inhabearbeit und konsequente Kundenorientierung stehen im Mittelpunkt unseres gemeinsamen Handelns. Wir wollen eine gerechte und motivierende Arbeitswelt schaffen. Wir verpflichten uns, die Kontinuität und die ständige Weiterentwicklung unseres Unternehmens zu sichern.

Unsere Grundwerte

Partnerschaft

Partnerschaft zum Nutzen der Mitarbeiter und des Unternehmens ist die Grundlage unserer Unternehmenskultur. Motivierte Mitarbeiter, die sich mit dem Unternehmen und seinen Grundwerten identifizieren, sind die treibende Kraft für Qualität, Effizienz, Innovationsfähigkeit und Wachstum des Unternehmens. Die Basis unseres partnerschaftlichen Führungsverständnisses bilden gegenseitiges Vertrauen, Respekt vor dem Einzelnen sowie das Prinzip der Delegation von Verantwortung. Unsere Mitarbeiter haben größtmöglichen Freiraum, sie sind umfassend informiert und nehmen sowohl an Entscheidungsprozessen als auch am wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens teil. Für ihre Weiterentwicklung und die Sicherung ihrer Arbeitsplätze setzen wir uns ein.

Unternehmergeist

Das Prinzip der Dezentralisation ist ein Schlüssel zu unserem Erfolg; es ermöglicht Flexibilität, Verantwortung, Effizienz und unternehmerisches Handeln unserer Mitarbeiter. Unsere Firmen werden von Geschäftsführern geleitet, die als Unternehmer handeln: Sie genießen weitreichende Unabhängigkeit und tragen umfassende Verantwortung für die Leistung ihrer Firmen. Unsere Führungskräfte handeln nicht nur im Interesse der Einzelfirma, sondern sind auch dem Interesse des Gesamtunternehmens verpflichtet.

Unsere Verpflichtung

Wir erwarten von allen im Unternehmen Bertelsmann, dass sie nach diesen Zielen und Grundwerten handeln.

Kreativität

Unser Ziel ist es, Heimat für Künstler, Autoren und kreative Talente in all unseren Geschäftsfeldern zu sein. Wir fördern ihre kreative Entwicklung und ihren geschäftlichen Erfolg. Wir setzen uns weltweit für den Schutz geistigen Eigentums ein. Wir fördern die künstlerische und geistige Freiheit, den Schutz von Demokratie und Menschenrechten, den Respekt vor Traditionen und kulturellen Werten; deshalb spiegeln unsere Inhalte eine Vielfalt von Einstellungen und Meinungen wider. Die von den Bedürfnissen unserer Kunden geleitete kontinuierliche Optimierung und fortwährende Innovation sind die Eckpfeiler unseres Erfolgs.

Gesellschaftliche Verantwortung

Unabhängigkeit und Kontinuität unseres Unternehmens werden dadurch gesichert, dass die Mehrheit der Aktienstimmrechte bei der Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft liegt. Unsere Gesellschafter verstehen Eigentum als Verpflichtung gegenüber der Gesellschaft. Sie sehen das Unternehmen in der Marktwirtschaft dadurch legitimiert, dass es einen Leistungsbeitrag für die Gesellschaft erbringt. Diesem Selbstverständnis entspricht auch die Arbeit der Bertelsmann Stiftung, in die die Mehrheit der Bertelsmann Aktien eingebracht wurde. Unsere Firmen achten Recht und Gesetz und lassen sich von ethischen Grundsätzen leiten. Sie verhalten sich gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt stets verantwortungsbewusst.

Partnerschaft

Kreativität

Unternehmergeist

Gesellschaftliche
Verantwortung

Wir sind für die Zukunft

Stuttgart

Das Jahr 2006 war das beste Jahr der Unternehmensgeschichte. Mehr als 75 Prozent unserer Geschäfte in Nummer 1 oder 2 Positionen. Kein Unternehmen der Medienbranche ist internationaler und breiter als wir. Eine Überprüfung auf strategische Zukunftsfähigkeit hat ergeben, dass alle Geschäftsbereiche weiter wachsen können. Wir treiben die Digitalisierung der Medien voran und stärken damit für die Zukunft unsere Position als einer der führenden Produzenten von Inhalten.

ark

aufgestellt.

Bertelsmann ist

Wir haben den 25,1-Prozent-Anteil an Bertelsmann von der Groupe Bruxelles Lambert zurückgekauft und dafür 4,5 Mrd. € bezahlt. Der Rückkauf sichert die Unabhängigkeit des Unternehmens und ermöglicht eine auf Langfristigkeit und Nachhaltigkeit angelegte Strategie. Auch wirtschaftlich war dies sowohl für die Aktionäre als auch für das Unternehmen günstig. Die Rückführung der Verschuldung erfolgt zügig durch eine Reihe von Maßnahmen. Dazu gehören der Verkauf des Musikverlagsgeschäfts, die zurückhaltende Dividendenpolitik sowie nicht zuletzt eine starke operative Performance.

unabhängig.

Unternehmergeist und



unband Kr

Kreativität ist die Voraussetzung für jedes unternehmerische Handeln. Es ist der Wille, Neues zu schaffen – seien es kreative Inhalte oder innovative Geschäftsmodelle.

ige
eativität

gehören zusammen.





Kommerzielles Fernsehen für die Kulturnation

Die M6 Group ist ein Vorbild an Rentabilität und Diversifikation. Im Zentrum der Gruppe steht der TV-Sender M6. Vor 20 Jahren gegründet, zählt er heute zum Establishment des französischen Fernsehens. Diese Erfolgsgeschichte wäre ohne einen experimentierfreudigen, akribischen und bodenständigen Teamworker nicht möglich: Thomas Valentin.



Hinter den Kulissen kommt es bei TV-Sendern oft auf jede Minute an. Gerade dabei ist Teamarbeit gefragt.

Leidenschaft, Professionalität, Geduld

Fernsehen ist Unterhaltung und Information, mehr noch ist es heute Kommunikation auf allen Kanälen: ob via Fernseher, Mobiltelefon oder Internet. Thomas Valentin, stellvertretender Vorsitzender der M6 Group und verantwortlich für die Programme der Sendergruppe, liebt die Teamarbeit – und das Publikum.

Fernsehen? Fernsehen ist ganz einfach. Man drückt auf die Fernbedienung und los geht's. Dann muss man eigentlich nur noch zuschauen. So einfach ist das. Einen Fernsehsender erfolgreich machen scheint auf den ersten Blick auch nicht viel schwieriger zu sein. Man kauft ein paar tolle Filme ein, trifft sich mit Stars und hat im Grunde genommen Spaß und ein herrliches Leben.

Thomas Valentin lächelt. Spaß an seiner Arbeit hat der Programmdirektor des französischen Privatsenders M6 und seiner zugehörigen Spartensender schon. Und Erfolg obendrein: M6 ist einer der beiden großen französischen Privatsender. An einem von drei Abenden verfolgen vier Millionen Menschen in der Grande Nation das Programm, das er mit seinem Team zusammenstellt. Wo kaum mehr Zuwächse zu erwarten waren, in der heiß umkämpften Prime Time, gewinnt M6 im Herbst 2006 bis zu 600.000 Zuschauer pro Monat gegenüber dem Vorjahr. Kein anderer französischer Sender schafft das.

Programmdirektor? Ach, das ist ganz einfach, sagt Thomas Valentin. Man muss nur den ganzen Tag fernsehen.

Valentin, gelernter Physiker, ist dabei, seit am 1. März 1987 die erste Sendung auf M6 lief. Fünf Jahre später, 1992, wurde er Programmdirektor. In den folgenden Jahren hat Valentin den Aufstieg des einst kleinen Privatsenders zu einer der Größen in der französischen TV-Landschaft gestaltet und miterlebt. Und wie ist der Job so? »Ach, ganz einfach. Jean Drucker, der frühere Präsident von M6, hat mir vor fünfzehn Jahren Folgendes mit auf den Weg gegeben: Es ist nicht schwer, Programmdirektor zu sein. Du musst nur jeden Abend fernsehen und dabei noch ins Kino und Theater gehen, Leute kennen lernen und neue Talente entdecken.«



Mehr als Fernsehen: Auch im Mobilfunkbereich und im Web ist die Marke erfolgreich.

Nun, ein paar andere Dinge kommen schon noch dazu, sagt Thomas Valentin: »Man muss die eigenen Programme und die der Konkurrenten genau im Auge behalten, und man muss natürlich auch wissen, was in nächster Zeit auf den Markt kommt. Nebenbei muss man ein Team aus Technikern, Marketingleuten, Betriebswirten und so weiter aufbauen.« Denn Fernsehen ist vor allem eines: Teamwork. Und Teamwork, das zum Erfolg führt, ist die hohe Kunst der Integration von Kreativität, Technik, Organisation und Ökonomie, die Fähigkeit, Neues schnell zu erkennen und umzusetzen und dabei das Bewährte nicht über Bord zu werfen. Und gemeinsam mit diesem Team muss Valentin einen siebten Sinn entwickeln, die Fähigkeit, sich in das hineinzusetzen, was die Franzosen wirklich gerne sehen wollen, was der Frau auf der Straße gefällt. Das heißt in der manchmal auch grellen Welt der Fernsehbranche die Bodenhaftung behalten. Wir sehen: Programmdirektor ist ein »einfacher« Job.

Technologie interessiert den Zuschauer nicht – er will ein Programm, das sich auf das Wesentliche konzentriert: Gute Unterhaltung. Bewahren, verändern und entdecken sind unterschiedliche Dimensionen, die Thomas Valentin unter einen Hut bringen muss. In den 20 Jahren, in denen Valentin bei M6 ist, hat die Branche eine rasante, geradezu explosionsartige Entwicklung durchgemacht. »Das Fernsehen verändert sich heute dramatisch – was man früher als General-Interest-Sender bezeichnet hat, muss heute auf vielen technischen Kanälen spielen. Wir sind auch im Mobilfunkbereich und im Web erfolgreich.« Die Digitalisierung sorgt dafür, dass der Zuschauer zu jedem Zeitpunkt das Programm von jedem Ort der Erde aus anfordern kann. »Für den Kunden wird es immer unwichtiger, welche Technologien dabei

hinter dem Programm stehen – für ihn sind Verfügbarkeit und einfache Bedienbarkeit das wichtigste Kriterium«, weiß Valentin: »Und es geht weiter: Wir müssen experimentierfreudig sein, um alle Formen der Verwertung zu erweitern.« Diversifizierung lautet hier das Zauberwort. Ein solches Experiment mit positivem Ausgang ist etwa M6 Mobile, M6-Programme fürs Handy, unter jungen Franzosen der Hit schlechthin.

Die Medienkonvergenz, die Verschmelzung verschiedener Medienarten – wie TV und Handy – zu einem für den Kunden nützlichen Ganzen, ist in vollem Gang – und M6 hat dabei in Frankreich Pionierarbeit geleistet. Genauso erfolgreich wie das Handy-Fernsehen sind auch die Angebote der M6 Group im Web, etwa »wideo.fr«. Hier werden aus Nutzern Macher, viele Inhalte auf »wideo.fr« bestehen aus den Videos von M6-Zuschauern. Die Bindung der Communitys an die Marke M6 ist hoch – und wird weiter verstärkt. So werden die Home-Shopping-Angebote des Senders – dank der Website »Mr.gooddeal.com« schon gut etabliert – sukzessive um Internetangebote erweitert. Auch hier hat der Privatsender sich eine stabile Position für den scharfen Wettbewerb gesichert.

Dass dieser Wettbewerb hart wird, daran lässt Thomas Valentin keinen Zweifel: »Die Vervielfachung der Kanäle, der Inhalte und der Verwertungswege bedeutet für uns natürlich auch, dass wir uns mit einer Vielzahl neuer Akteure auseinandersetzen müssen, mit denen ein traditioneller Fernsehsender bisher nicht in Wettbewerb stand. Es sind eben nicht mehr allein die anderen Fernsehsender, die wir als Konkurrenz begreifen und mit denen wir um die Gunst der Zuschauer buhlen. Programm machen bedeutet heute das gesamte Spektrum der Verwer-

1



tung zu sehen und umzusetzen«, erläutert Valentin die aktuelle Strategie der Fernsehmacher.

Ohne gute Inhalte sind alle neuen Plattformen nutzlos.

Qualität ist die harte Währung des Mediengeschäfts. Die Integrationsarbeit, die das M6-Team dabei bewältigt, könnte man nun leicht auch missverstehen: Wenn so viel Neues in ein erfolgreiches Programm umgesetzt werden muss, begibt sich dann jemand nicht in Gefahr, vor lauter Formenvielfalt den Inhalt zu vergessen? Thomas Valentin lächelt erneut: »Das ist ja gerade der Punkt, die wichtigste einfache Wahrheit: Auch in Zukunft wird die Qualität des Inhalts eines Programms die entscheidende Rolle spielen. Die Technik erweitert nur den Spielraum und macht das Programm auf neuen Plattformen zugänglicher. Aber ohne gute Inhalte, ohne die gute alte Tugend der Kreativität wird das nichts«, sagt er.

Die Entwicklung in den neuen Medien bedeute keine Revolution, keinen kompletten Umsturz der Verhältnisse, sondern eine Evolution, die zu den bestehenden Möglichkeiten weitere hinzufügt: »Ich glaube zum Beispiel nicht, dass in Zukunft die gro-

ßen nationalen Vollprogrammsender verschwinden werden.« Die Welt mag zwar, technisch gesehen, ein globales Dorf sein, aber es sind die Unterschiede, die die Menschen lieben – auch und vor allem im Fernsehen. So viele Nischen sich in den neuen Medien auch auf tun mögen, so viel Spezialisierung auch gut und richtig sein mag: der Zuschauer liebt auch das Gemeinsame, das er mit anderen teilen kann. »Vollprogrammsender können große Gemeinschaftserlebnisse mit kollektiven Emotionen auslösen – denken Sie nur an die Fußball-WM.«

Die neue Fernsehwelt ist ein Sowohl-als-auch. Beides zusammen funktioniert nur, wenn Menschen mit Herzblut und Ausdauer zusammenfinden, wie das Team von M6, die das Beste aus allen Welten verbinden – integrieren. Ein schwerer Job. Thomas Valentin macht ihn gern. Er freut sich, wenn das Publikum gut unterhalten wird. Sein Ziel ist es, Zuschauer mit Neuem und Unerwartetem zu überraschen, sie mit einem herausragenden Portfolio an Programmen zu bereichern, die Information, Bildung und Unterhaltung liefern. Er hat seinen Job gut gemacht, wenn alle Möglichkeiten, das Publikum zu erreichen, ausgeschöpft sind.

1 Thomas Valentin behält sein Programm fest im Blick.

Highlights // RTL Group

»Fernsehen bleibt Leitmedium. Auch und gerade weil mit der Digitalisierung die Zahl der Angebote geradezu explodiert, konzentriert sich die RTL Group auf das, was das Publikum erwartet: hochklassige Programme und starke Marken.«

GERHARD ZEILER

Chief Executive Officer, RTL Group

1 RTL-Spendenmarathon – Rekorde für Kinder

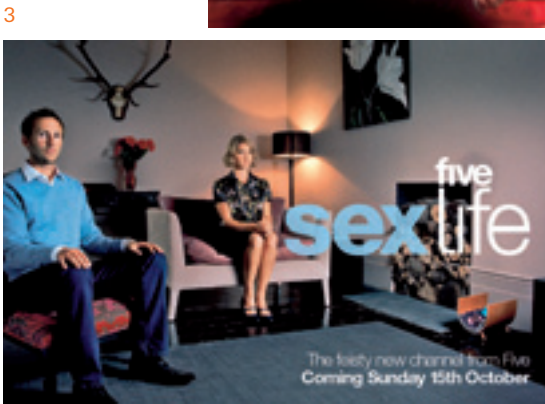
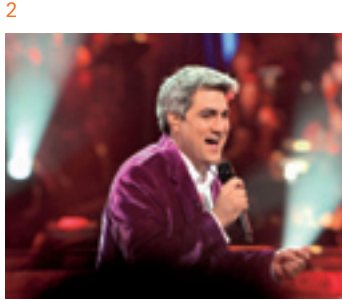
Anke Schäferkordt, Geschäftsführerin von RTL Television, war sichtlich gerührt: »Ein großes Dankeschön an unsere Zuschauer!« Die Chefin der deutschen RTL-Senderfamilie hatte Grund zur Freude – denn mit insgesamt 5.154.760 € hat das Ergebnis des RTL-Spendenmarathons 2006 das Rekordergebnis des Jahres 2005 noch um fast eine halbe Mio. € übertroffen. RTL unterstützt seit Jahren Hilfsprojekte in aller Welt, die sich besonders für Kinder und Jugendliche engagieren: Im vergangenen Jahr war dies der Neubau einer Schule in Kolumbien, für den sich beim RTL-Spendenmarathon 2006 auch Superstar Shakira engagierte.



2 Idol der Superlative

Im Januar 2006 startete die fünfte Staffel von »American Idol«, der weltweit erfolgreichsten TV-Talentshow aller Zeiten. Die Sendung – in deren Jury auch der mittlerweile schon zur Institution gewordene Sony-BMG-Manager Simon Cowell regelmäßig für aufregende Sprüche sorgt – lieferte einen neuen Zuschauerrekord. Durchschnittlich 30,6 Millionen Amerikaner schauten zu. Das Finale, das Taylor Hicks gewann, wurde sogar von 36 Millionen Menschen gesehen. Damit ist »American Idol«, eine Produktion der RTL-Group-Tochter Fremantle Media, die erfolgreichste Prime-Time-Serie im US-Fernsehen.





rt(5)

3 Five life & Five US – neue Fernsehstars für Großbritannien

»Wer sagt, dass noch niemals was Gutes aus Amerika gekommen ist?« – mit diesem Spruch startet »Five US« 2006 in Großbritannien durch. Wie auch bei seinem Schwesterkanal »Five Life« wird der Launch von einer umfassenden Marketingkampagne begleitet. Für Five Chief Executive Jane Lighting ist der Start der beiden Digitalkanäle die »wichtigste Neuentwicklung« in der Geschichte des 1997 gegründeten Senders. »Five Life« ist mit einem Programmmix aus Dramen, Filmen, Soaps und Lifestyle auf ein junges, spezifisch weibliches Publikum zugeschnitten, »Five US« bietet den Zuschauern das Beste aus dem amerikanischen Fernsehen in den Sparten TV-Drama, Comedy, Spielfilm und Sport.

4 Sturmflut der Rekorde

Das TV-Event des Jahres 2006 in Deutschland fand auf RTL statt: Der Zweiteiler »Die Sturmflut« brachte je über elf Millionen Zuschauer vor die Bildschirme – und erzielte damit in der Gruppe der 14- bis 49-Jährigen einen Marktanteil von mehr als 39 Prozent. »Die Sturmflut«, produziert von Teamworx, wurde mit einem Budget von 8 Mio. € in Hamburg auf spektakuläre Art und Weise verfilmt. Erstklassige deutsche TV-Stars wie Jan Josef Liefers, Nadja Uhl, Benno Fürmann, Heiner Lauterbach und Natalia Wörner wirkten mit.

5 RTL Niederlande – The family of stations

Im August 2005 wurden die niederländischen Sender anlässlich des Startes eines aggressiven Konkurrenzkanals als Senderfamilie neu positioniert. Die Qualitätsmarke des europäischen Privatfernsehens, RTL, unterstreicht in den Niederlanden mit dem gemeinsamen Slogan »The family of stations« für die drei Kanäle RTL 4, RTL 5, RTL 7 ihre Marktführerschaft. Das erklärte Ziel, RTL 5 zur zweitgrößten kommerziellen Station in seiner Zielgruppe zu machen, wurde durch den Relaunch im Jahr 2006 ebenso erreicht wie die Stabilisierung des Marktanteils der Familie.



Die Random House Drachenmeister

Mit 15 schreibt Christopher Paolini sein erstes Buch. Acht Jahre später blickt er auf eine Erfolgsgeschichte zurück, die so märchenhaft ist, wie seine Fantasy-Romane. Mehr als acht Millionen Exemplare von »Eragon« und »Der Auftrag des Ältesten«, der ersten beiden Bände der Drachenreiter-Trilogie wurden weltweit verkauft. Doch neben einer guten Geschichte braucht ein Bestseller einen Verlag mit Profis voller kreativer Ideen – wie das Team von Random House.



RANDOM HOUSE

BERTELSMANN





Chip Gibson, Chef der Jugendbuchsparte und sein Team feilen an der Marketingkampagne für »Eragon«.

Eine neue Dimension der Buchveröffentlichung

Die Fantasy-Romane »Eragon« und »Eldest« des jungen Autors Christopher Paolini haben Millionen von Lesern auf der ganzen Welt in ihren Bann gezogen. Wie das Verlagsteam von Random House Paolinis Verwandlung vom unbekanntem amerikanischen Teenager zu einem internationalen Star-Autor begleitete, ist genauso bemerkenswert wie seine Geschichten selbst.

Christopher Paolini hatte keine gewöhnliche Kindheit. Er wuchs an einem entlegenen Flecken auf, 18 Meilen von der nächsten Stadt entfernt, im Schatten der majestätischen Rocky Mountains unter dem endlos weiten Himmel seines Heimatstaates Montana. Und in einem Alter, in dem die meisten anderen Kinder Fußball oder Baseball spielen, brachte sich Christopher zusammen mit seiner Schwester Angela das Fechten, Malen und Lesen alter Sprachen bei. Im Alter von 14 Jahren hatte Christopher bereits mehr als 3.000 Bücher gelesen. Mit 15 beschloss er, sein eigenes Buch zu schreiben.

Er entwarf eine ganze Fantasy-Welt und erfand für die Roman-Figuren seines Buchs neue Sprachen, die auf seinem Studium des Altskandinavischen basieren. Innerhalb von zwei Jahren entstand so die Geschichte des Bauernjungen, Eragon, der einen geheimnisvollen blauen Stein im Wald findet. Nachdem aus dem Stein ein Drache schlüpft, ist Eragons einfaches Leben zu Ende. Er tritt in die Fußstapfen der legendären Drachenreiter und macht sich auf den Weg, ein ganzes Weltreich zu retten.

Acht Jahre später, im Alter von 23, blickt Christopher Paolini auf eine eigene Erfolgsgeschichte zurück, die so märchenhaft ist, wie die Fantasy-Romane, die er

schreibt. Mehr als acht Millionen Exemplare von »Eragon« wurden durch Random House und dessen Partner in Nordamerika, Großbritannien, Australien und Deutschland sowie durch von Random House lizenzierte Verlage in 45 weiteren Sprachen verkauft. Seit vier Jahren steht stets mindestens ein Buch von Paolini auf der »New York Times« Bestsellerliste. Der Roman inspirierte zahllose Websites und Chat Rooms, ein beliebtes Videospiel und einen Film von 20th Century Fox, der vor Weihnachten 2006 in die Kinos kam und weltweit mehr als 260 Mio. US-Dollar einspielte.



»Der Auftrag des Ältesten« ist der zweite Band der »Eragon«-Saga. Die Veröffentlichung des dritten Bandes ist für 2008 geplant.

Was steckt hinter dem weltweiten Erfolg des wagemutigen Drachenreiters?

Eine große Geschichte und ein großer Verlag.

Die Welt von »Eragon« mag zwar fantastisch und geheimnisvoll sein, aber die Geschichte in der realen Welt zum Leben zu erwecken war nach Aussage des Autors pragmatische und harte Arbeit. »Es braucht ein engagiertes Team voller Inspiration und Kreativität, das immer und immer wieder neue Ideen entwickelt. Mit anderen Worten: meine Freunde von Random House.«

Chip Gibson, der Präsident und Verleger von Random House Children's Books in den USA, hatte das erste Mal etwas über Eragon von einem Fan der ersten Stunde erfahren – vom Stiefsohn des Random House Bestsellerautors Carl Hiaasen. »Zu dieser Zeit wurde das Buch noch selbst verlegt. Christopher war Hauptvermarkter und Chefverkäufer in einer Person. Die Familie verkaufte die Exemplare buchstäblich aus dem Kofferraum ihres Autos«, erinnert sich Gibson. »Wir haben es gelesen, uns sofort in das Buch verliebt und uns entschieden, es zu kaufen.« Random House erwarb im Jahr 2002 weltweit die Rechte an dem Buch sowie an den nächsten zwei Romanen, die Paolini zusammen die »Inheritance«-Trilogie nannte.

Bei Random House startete »Eragon« in eine neue Ära. Paolini und seine Random House Lektorin, Michelle Frey, arbeiteten zusammen an der selbst verlegten Ausgabe weiter: Ein paar Schliffe und Straffungen und »so wurde aus einer großartigen Geschichte eine noch viel bessere«, sagt Gibson. Der gefeierte Fantasy-Künstler John Jude Palencar wurde mit der Zeichnung des Drachen Saphira beauftragt, der zum Herzstück des atemberaubenden neuen Buchumschlags wurde. Das Marketingteam entwickelte die größte Promotion-, Werbe- und Merchandising-Kampagne, die jemals von Random House Children's Books gemacht wurde. Neben einer enormen Online-Werbekampagne für den Roman wurde auch eine hochwertige Website ins Leben gerufen.

Wer hat Angst vor Harry Potter?

Das Random House Marketingteam nutzte sogar die Veröffentlichung des neuen »Harry-Potter«-Buchs zu seinem Vorteil. »Wir wussten, dass »Harry-Potter«-Leser potenzielle »Eragon«-Leser sind. So haben wir gleich auf die Fans abgezielt, die in die Buchhandlungen stürmten, und haben Poster, Leseproben und andere »Eragon«-Giveaways verteilt. Nachdem sie mit Harry Potter fertig waren, sollten sie unseren Roman kaufen. Das hat sehr gut funktioniert«, erinnert sich Gibson.

Genauso wichtig für den Erfolg von »Eragon« waren die Auftritte und Lesungen des Autors. Judith Haut, Vice President Communications bei Random House Children's Books, berichtet: »Es war uns bewusst, dass der Erfolg des Buchs und seiner Nachfolger sich stark auf den außergewöhnlichen jungen Autor und seine Erzählkunst stützte. Als ich Christopher zum ersten Mal traf, war er 19 Jahre alt. Er sprühte vor jugendlichem Enthusiasmus und war bereit, mit uns auf diese magische Reise zu gehen. Von Beginn an dachte ich, dass er eine Gabe besitzt, all das zu transportieren, was so wunderbar an seinem Erzählstil ist.«

Judith Haut und ihr Publicity-Team schulten einen lernbegierigen Paolini, wie man den Medien professionell Interviews gibt, und probten mit ihm Signierstunden in Buchhandlungen. Während die Begeisterung bei Buchhändlern und Lesern wuchs, sprang »Eragon« auf den dritten Platz der »New York Times« Bestsellerliste. Der Autor begann eine Tour durch 15 Städte in Nordamerika und kam gleichermaßen bei jungen und alten Lesern außergewöhnlich gut an. Als die Buchverkäufe explosionsartig in die Höhe schnellten, kamen Auftritte im Fernsehen sowie Interviews in führenden Zeitungen und Zeitschriften hinzu.

Fünf Monate nach der Veröffentlichung von Random House überstieg die Zahl der verkauften »Eragon«-Exemplare die Schwelle von einer Million in Nordamerika. Während Paolini zu Hause in Montana bereits an seinem zweiten Roman arbeitete, feilte

1



2



Random House parallel an Marketingaktivitäten, um eine weitere Million Bücher zu verkaufen. Mit Unterstützung seiner Lektorin, Michelle Frey, beendete Paolini Anfang 2005 das zweite Buch. »Eldest« setzt die Reise Eragons mit Furcht erregenden Herausforderungen und fantastischen Abenteuern fort.

Die große Marketingkampagne des Teams um Chip Gibson führte die Vorfreude auf »Eldest« bei Konsumenten und Händlern zu einem »Harry Potter«-ähnlichen Begeisterungssturm. Random House lieferte eine Million Exemplare aus, um allein die Nachfrage am ersten Erscheinungstag im Spätsommer zu befriedigen. Tausende Fans, viele von ihnen verkleidet wie ihre Lieblingsfiguren aus dem Buch, besuchten von Buchhandlungen organisierte Mitternachtsparties, auf denen das Buch um eine Minute nach Mitternacht gekauft werden konnte. Der Verkauf in der ersten Woche brach für Random House Children's Books alle Rekorde und »Eldest« stieg in nahezu allen Bestsellerlisten auf den ersten Platz ein.

»Eldest« wurde in 37 Ländern veröffentlicht und landete fast überall sofort auf dem ersten Platz. Random House lizenzierte wieder alle fremdsprachlichen Ausgaben.

Paolini tourte abermals durch Nordamerika und zum ersten Mal durch Europa. Er signierte so viele Bücher, dass seine geschwollene Hand jeden Abend mit Eis gekühlt werden musste. »Es kam mir vor wie die Tour eines Rockstars und nicht die eines Autors«, weiß Judith Haut noch.

Bis heute wurden weltweit 3,5 Millionen Exemplare von »Eldest« verkauft. Mit dem Kinostart von »Eragon« Ende des letzten Jahres, landete der Roman weltweit erneut auf Platz 1 der Bestsellerlisten.

Während die Fans den »Eragon« Film auf DVD genießen, den Random House »Eragon« Newsletter abonnieren und persönliche Nachrichten in original Dwarvish, der Sprache Eragons, erhalten, arbeitet Paolini eifrig an der nächsten Ausgabe von Eragons Reise. Die Veröffentlichung ist für 2008 geplant und wird bereits sehnhchst erwartet.

Die neuen Abenteuer von Eragon werden sicherlich mit genauso kreativen Ideen von Random House Children's Books begleitet werden wie der steile Flug des Drachenreiters. Das kreative Geschichtenerzählen von Christopher Paolini ist die größte Inspiration für große Veröffentlichungsideen.

1 Christopher Paolini in seiner Heimat Montana.

2 Random House ist die Heimat vieler berühmter Autoren. Chip Gibson vor Erstausgaben von Random House.

Highlights // Random House

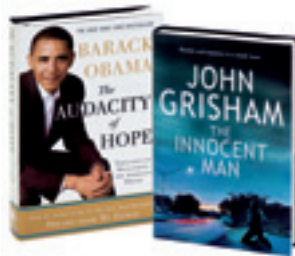
» Unsere unerschöpfliche Kreativität bei der Entwicklung großartiger Buchideen und der Entdeckung großer neuer Autoren gewährleistet den zukünftigen Erfolg von Random House. «

PETER OLSON

Chairman und CEO, Random House



1



1 Bestseller Rekord für Random House in den USA und Großbritannien

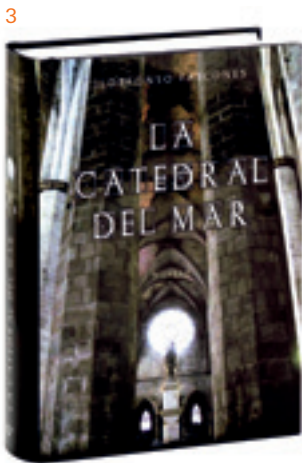
Mehr als 200 Random House Bücher schafften es im Jahr 2006 auf die Bestsellerliste der »New York Times«, und 37 von ihnen erreichten sogar den ersten Platz – ein Rekord in der Geschichte von Random House. Darunter waren »The Audacity of Hope« vom US-Senator und Präsidentschaftskandidaten Barack Obama, sowie das erste Sachbuch aus der Feder des Meisters des anspruchsvollen Thrillers – John Grishams »The Innocent Man«. In Großbritannien führte Random House U.K. mit mehr als einem Viertel aller in 2006 von der »Sunday Times of London« gelisteten Bestseller erneut die Branche an.

2 Nobelpreis für Random House Autor Orhan Pamuk

Orhan Pamuk hat »neue Sinnbilder für Streit und Verflechtung der Kulturen gefunden« – so die Begründung der Schwedischen Akademie, die dem türkischen Autoren den Nobelpreis für Literatur 2006 zusprach. In den USA, Kanada, Spanien und Lateinamerika werden die Werke Orhan Pamuks von Random House verlegt. Der weltgrößte Buchverlag ist die Heimat vieler der renommiertesten Autoren der Welt: Die Werke von mehr als fünfzig Literatur-Nobelpreisträgern erschienen hier.

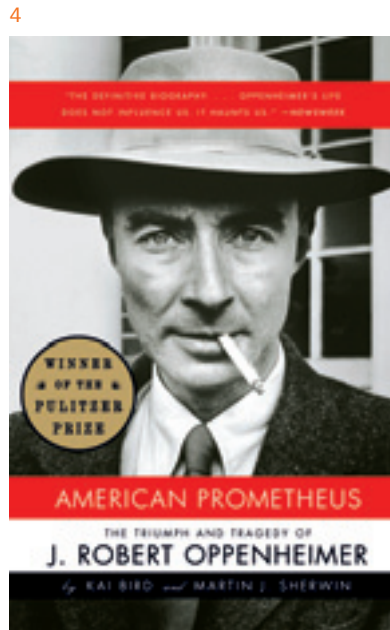
2





3 »La Catedral del Mar« – der Millionenbestseller von Ildefonso Falcones

Random House Mondadori feiert mit Ildefonso Falcones' »La Catedral del Mar« einen ungeheuren Erfolg – mehr als eine Million verkaufte Exemplare in Spanien in nur neun Monaten. Der historische Thriller, an dem Falcones fünf Jahre lang jeden Tag eine Stunde gearbeitet hat, erzählt die Geschichte eines mittelalterlichen Landarbeiters, der auf der Suche nach einem besseren Leben nach Barcelona flüchtet. Falcones' Buch holt die Welt des 13. Jahrhunderts in unsere Zeit und steht in der Tradition großer Gegenwartserzähler historischer Romanstoffe.



4 Pulitzer und mehr für Random House Autoren

Die Random House US Autoren Kai Bird und Martin J. Sherwin ernteten für ihr Werk »American Prometheus: The Triumph and Tragedy of J. Robert Oppenheimer« den neben dem »Nobelpreis« weltweit wohl angesehensten Preis für Publizisten: Das Monumentalwerk über den Aufstieg und Fall des Vaters der Atombombe erhielt den »Pulitzer Preis« 2006 in der Kategorie Biographie. Damit hat zum neunten Jahr in Folge ein Random-House-Titel einen »Pulitzer-Preis« gewonnen. Ein weiteres preisgekröntes Highlight des Jahres war der Roman »Bloodletting & Miraculous Cures« von Vincent Lam. Für seine Arbeit erhielt er den angesehenen kanadischen »Giller Prize für Literatur«.



5 Random House UK übernimmt Mehrheit an BBC Books

Die BBC ist eine der bedeutendsten Kulturinstitutionen Großbritanniens, und ihr Buchverlag spiegelt die außerordentlich hohen Standards ihrer Rundfunkaktivitäten wider. 2006 übernahm Random House UK die Mehrheit an BBC Books, die ein breites Spektrum an Sachbüchern herausgibt, vor allem in den Bereichen Essen und Trinken, Garten, Naturgeschichte, Wissenschaft und Geschichte. BBC Books ist jetzt ein Teil von Ebury Publishing, und ergänzt deren ebenfalls äußerst renommierten Sachbuchverlage in idealer Weise.



Das Neue denken

Das Jugendmagazin »Jetzt« wurde vor vier Jahren trotz breiter Anerkennung eingestellt. Für die Macher Timm Klotzek und Michael Ebert ein Tiefpunkt ihrer Journalistenlaufbahn. An einem dieser grauen Tage rief die Chefredaktion des »Stern« an und fragte: »Habt ihr nicht Lust, etwas Neues zu entwickeln?« Das Briefing war knapp und offen. Heraus kam »Neon«, die erfolgreichste deutschsprachige Zeitschriftengründung des letzten Jahrzehnts.

GTJ





www.neon.de

NEONI



Deutschland Euro 3,00 Österreich Euro 3,30 • Schweiz Sfr 5,90 • BeNeLux Euro 3,50 • Frankreich, Italien, Spanien, Portugal (cont.) Euro 4,10 • Griechenland 4,30 März 2007

Eigentlich sollten wir erwachsen werden NEON ist die Stimme einer ganzen Generation
Lead-Magazin des Jahres »Eindeutig das spannendste Heft dieser Tage«, urteilt die Lead-Academy
200 000 verkaufte Hefte Im Sommer 2006 macht die Auflage NEON nochmal einen großen Sprung
Journalisten des Jahres Das Medium-Magazin zeichnet Timm Klotzek und Michael Ebert aus



Macht, was die Leute wirklich wollen

»Neon« ist die erfolgreichste deutschsprachige Zeitschriftenneugründung des letzten Jahrzehnts – und Beweis dafür, dass Mut und Qualität die wichtigsten Erfolgsfaktoren des Journalismus bleiben.

Magazine, Zeitschriften, das sind Welten, die in der Regel bunt sind. Aber es gibt Tage im Leben von Zeitschriftenmachern, die sind grau. Timm Klotzek und Michael Ebert kennen das ganz gut. Vor nun fast vier Jahren hatten die beiden, damals Ende 20, einen solchen grauen Tag. Klotzek und Ebert produzierten die letzte Ausgabe ihres Magazins, der Jugendbeilage »Jetzt« der »Süddeutschen Zeitung«. Das Produkt, das die jungen Chefredakteure vorlegten, war in der ganzen Branche als kreativ anerkannt. Richtungsweisende Qualität, hieß es. Aber die Zahlen und die Zeiten waren schlecht. Wer damals mutig neue, innovative Medien für junge Leute produzierte, der bekam den rauen Wind der Krise noch stärker ins Gesicht. Wenige Monate zuvor war erst der Internethype in einer weltweiten Blase geplatzt. Zutrauen, Mut und Unternehmergeist befanden sich auf einem Tiefpunkt. Und Klotzek und Ebert steckten mittendrin. »Das waren Tage, an denen uns eigentlich schon alles egal war«, erinnern sie sich. Doch das blieb nicht so.

Etwas Neues.

An einem dieser sehr grauen Tage erhielten Klotzek und Ebert einen Anruf aus der Chefredaktion des »Stern«, des erfolgreichen Magazin-Flaggschiffs von Gruner + Jahr. »Wir dachten, die wollen vielleicht eine Story über unsere Einstellung bringen.« Doch »Stern«-Chefredakteur Andreas Petzold wollte etwas anderes: die Qualität der Macher. Ihre Ideen, ihre Köpfe. Es folgten lange Verhandlungen über den Fortbestand der Jugendbeilage mit dem alten Verlag. Vielleicht konnte man gemeinsam retten,



Die Community lebt: In dem Webauftritt des Erfolgsmagazins haben die Nutzer das Sagen.

was zu retten sich lohnte? Doch Mut ist nicht verhandelbar. Die Gespräche führten zu keinem Ergebnis. Und so stellten die Hamburger ihren jungen Münchener Kollegen eine einfache Frage: »Habt ihr nicht Lust, etwas Neues für den ›Stern‹ zu entwickeln?« Das Briefing dazu war knapp, offen und ließ alle Möglichkeiten zu, erinnern sich Klotzek und Ebert: »Das Einzige, was man uns sagte, war: Entwickelt etwas, das euren Vorstellungen von einem guten Magazin entspricht. Etwas, das die Leute wirklich wollen. Etwas Neues.«

Etwas Neues. »Neon« – das leitet sich aus dem Griechischen »neos« ab, was »neu« bedeutet. Im allgemeinen Sprachgebrauch wird das mit jenem hell leuchtenden Gas verbunden, das in Glasröhren in allen Farben strahlt – bunt und vielfältig. Die Vielfalt und das Neue sind nicht zu trennen, und »Neon« ist ihr gemeinsamer Nenner. Was nach einem halben Jahr Entwicklungsarbeit im Herbst 2003 an die deutschen Kioske kam, war aber nicht bloß »etwas Neues« im konventionellen Sinn des Zeitschriftenmachens. Schon die erste Ausgabe, die auf Anhieb über 100.000 Käufer fand, passte in keine bekannte Kategorie. Als Zielgruppe wurden die 20- bis 35-jährigen Käufer anvisiert. Kein Jugendmagazin also. Der Slogan, den Klotzek und Ebert entwickelten, brachte das Lebensgefühl der Generation auf einen Nenner: »Eigentlich sollten wir erwachsen werden.«

»Neon« ist echt – ein Magazin, in dem es keine einfachen Antworten gibt. Aber viele kluge Fragen.

Ein Slogan, der einfach stimmt. Mit mittlerweile knapp 200.000 Käufern pro Ausgabe ist »Neon« die erfolgreichste Magazinneugründung in Deutschland seit 1993. Und mehr noch: die Emotion, die

eigene Intelligenz des Titels, lässt sich mit keinem verfügbaren Maßstab messen.

Die Rubriken des Magazins heißen »Wilde Welt«, »Sehen«, »Fühlen«, »Wissen«, »Kaufen«, »Freie Zeit« und »www.neon.de«. Gefüllt sind sie mit Storys voller »Lebensgefühl« – dem Lebensgefühl einer Generation, wie Ebert und Klotzek sagen, »die sich in einer Welt zurechtfinden muss, der die Vorbilder fehlen. Unsere Leser können nicht mehr das Leben ihrer Eltern leben. Alles hat sich verändert und ist weiter im Fluss. Deshalb gibt es in ›Neon‹ viel mehr Fragen als Antworten«, so Klotzek. Die Chefredakteure wissen auch, dass dieses neue Lebensgefühl nicht von allen Menschen verstanden wird: »Vielen ist das Nachdenkliche in unseren Geschichten suspekt. Das verwechseln sie mit Mutlosigkeit und Unentschiedenheit.« Doch in Zeiten weitreichender Veränderungen gibt es eben keine totale Sicherheit. »Neon« macht der »Generation Neu« kein X für ein U vor. Sie beschreiben die Welt ohne Schnörkel, puristisch, echt: »Authentizität ist entscheidend. Unsere Leser sagen sich: Ich komme mit all den Veränderungen zurecht«, weiß Klotzek. Die »Neon«-Leser brauchen niemanden, der ihnen die Welt schön schreibt.

Echt. Authentisch. Dafür stehen die vielfach preisgekrönten Storys von »Neon«. Storys, die meist nicht auf dem Reißbrett einer Redaktionskonferenz entstehen, sondern im wirklichen Leben. »Wir trennen nicht zwischen Arbeit und Freizeit, wir sagen nicht: Dienst ist Dienst, Schnaps ist Schnaps. Die Idee für eine Titelgeschichte haben wir bei einer Party oder im Biergarten, dort, wo wir mit Menschen reden, die ›Neon‹ lesen«, sagt Klotzek. Die Leser von »Neon« fühlen sich in einer Gemeinschaft, einer Community, miteinander stark verbunden.

1

Das merkt man etwa, wenn man das Magazin in einem Bus liest und auf andere »Neon«-Leser stößt. Und man merkt es dort, wo das Wort »Community« eigentlich seinen Kontext hat: im Internet. Der Webauftakt des Magazins wurde von den »Neon«-Machern bewusst so gestaltet, dass die Nutzer dort den Ton angeben. Und darüber hinaus.

Da kommt es vor, erzählen die Chefredakteure, dass im Web ein Thema von der Redaktion kurz angetickt wird – nur in einigen Sätzen beschrieben. Manchmal käme dann nichts oder wenig, vielleicht kommentieren die User das Thema einfach auch nur mit »so ein Quatsch«. Oder aber dass viele sich für ein scheinbares Nischenthema begeistern. »Das ist unser Maßstab«, sagt Klotzek. Community, Gemeinschaft, das ist kein künstlicher Ort. Er ist die Realität. Das sind die Leser.

Hinter neuen Erfolgen steckt immer auch eins: Handwerk und harte Arbeit.

Ist das alles neu? Timm Klotzek schüttelt den Kopf: »Ein guter Journalist muss aus der Redaktion raus ins Leben, das ist nicht neu. Ein guter Journalist lebt mit den Menschen, für die er schreibt.« Das sind alte Reporterregeln. So wie die, dass es hinter einer Story immer noch eine gibt, die möglicherweise noch viel spannender und dramatischer ist. Als alle Welt über die Bootsflüchtlinge aus Afrika berichtete, die über das Mittelmeer in die EU-Länder strömten, schickte »Neon« seine Reporter nach Marokko. Dort fanden sie Flüchtlinge, denen selbst das Geld für die lebensgefährliche Überfahrt ins gelobte Land fehlte. Die in Erdlöchern hausten, in ständiger Furcht, von den Behörden entdeckt zu werden.



Stories wie diese haben »Neon« weit über die Zielgruppe hinaus bekannt gemacht – und der Einsatz spiegelt sich nicht nur in guten Verkaufszahlen wider: Klotzek und Ebert wurden in Deutschland von einer unabhängigen Jury aus Journalisten und Medienexperten zu den »Journalisten des Jahres 2006« gekürt. Die »Neon«-Macher, so die Begründung der Jury, haben gezeigt, wie man neue Leser gewinnt: »Mit anspruchsvollem Journalismus, der Lust aufs Lesen macht.« Das ist der Lohn für Mut, Zuversicht und Unternehmergeist. Oder anders gesagt: dafür, das Neue zu denken.

1 Zielgruppe 20- bis 35-Jährige: »Neon« trifft das Lebensgefühl einer Generation.

Highlights // Gruner + Jahr

»Medienmarken schaffen Orientierung in der virtuellen Reizüberflutung, in der Angebotsvielfalt des World Wide Web.«

BERND KUNDRUN

Vorsitzender des Vorstands, Gruner + Jahr AG



1 »Capital« – erfolgreicher Relaunch des Entscheidermagazins

Im September 2006 überraschte in den deutschen Kiosken ein Magazin: »Capital« erscheint mit einem inhaltlich, optisch und strukturell völlig neuen Konzept. Chefredakteur Klaus Schweinsberg, der den erfolgreichen Relaunch seit März 2006 verantwortete: »Wir verstehen uns als 14-täglich erscheinendes Wirtschaftsmagazin mit der Tiefe eines Monatstitels.« Das unterstreicht auch der neue Claim des Magazins: »Capital – Lesen, Entscheiden«. Laut Mediaanalyse ist »Capital« mit 1,02 Millionen Lesern unangefochten das meistgelesene Wirtschaftsmagazin in Deutschland.

2 Communitys of the year: »augenzeuge.de« und »DuBistNews.at«

Mit rund fünf Millionen Page Impressions pro Monat bildet »neon.de« eine der erfolgreichsten Communitys im deutschsprachigen Raum. Usergenerated Content – von kreativen Nutzern erstellte Internetinhalte – bestimmen auch die im August 2006 gelaunchte Website »augenzeuge.de«. Immer mehr Videos und Fotos mit hohem nachrichtlichem Wert werden von Amateuren und Hobbyfotografen gemacht. Das österreichische Gruner + Jahr-Erfolgsmagazin »News« ist seit 2006 ebenfalls mit einer eigenen Community-Plattform erfolgreich: »DuBistNews.at« präsentiert die besten Storys und Fotos von »News«-Leserreportern.



3 »Focus/Xinzhike« – Chinas neues Erfolgsmagazin

Im September 2006 erlebt China eine Zeitschriftenneuheit: das Magazin »Focus/Xinzhike«. Der Name bedeutet auf Chinesisch so viel wie »Wissenstrendsetter«, und genau das will das neue Magazin, das Gruner + Jahr in Peking herausgibt, auch sein: Zielgruppe sind berufstätige junge Chinesen in der Mittelschicht, Wachstumsmotor der Entwicklung Chinas – und treibende Kraft der internetbasierten und mobilen Dienste im Land. »Wir wollen das Magazin zum erfolgreichsten populärwissenschaftlichen Titel in China machen«, sagt Wolfgang Kohl, Geschäftsführer von G+J/Clip, zum neuen Engagement im Reich der Mitte.

4 Modernste Tiefdruckerei Europas

Im September 2006 hat Prinovis im englischen Liverpool die modernste Tiefdruckerei Europas in Betrieb genommen. Die Druckerei des Joint Ventures von Gruner + Jahr mit Arvato und Axel Springer produziert hochwertige Druckerzeugnisse in großen Auflagen. Rund 160.000 Tonnen Papier können dort jährlich verarbeitet werden. Mit zunächst rund 250 neuen Mitarbeitern bildet Prinovis Liverpool die Basis für weiteres Wachstum im englischen Tiefdruckmarkt. Für Prinovis-Chef Stephan Krauss ist der Standort Liverpool daher auch »ein Kernelement unserer Strategie«.

5 Erfolgreiche Geburtstagskinder: »Geo« und »Geolino«, »Eltern«, »Auto Motor und Sport«

2006 feierten gleich mehrere Magazine bei Gruner + Jahr Jubiläum: Mit einer verkauften Auflage von 440.000 Exemplaren ist die 1976 gegründete »Geo« bis heute ein Flaggschiff anspruchsvollen Journalismus geblieben. Und Ideenstifter für viele Neugründungen: »Geolino«, das »Geo«-Heft für junge Leser, erschien erstmals vor zehn Jahren und ist heute klarer Abo-Marktführer unter den deutschen Kinder- und Jugendzeitschriften. Feierstimmung herrschte auch beim G+J-Magazin »Eltern«: 40 Jahre jung ist der Titel, und der Ableger »Eltern Family« wurde im vergangenen Jahr stolze zehn Jahre. Auch das 1946 gegründete Magazin »Auto Motor und Sport« konnte einen runden Geburtstag feiern.

The Times They Are A-Changin'

Über 100 Jahre war die Schallplatte der wichtigste Tonträger für aufgezeichnete Musik. Das hat sich geändert, denn Technologien sind stets im Wandel. Was bleibt ist die Leidenschaft für Musik. Das gilt auch im Zeitalter des jüngsten Mediums: dem Internet. Stars, Hits und vor allem Videos sind jetzt per Mausklick erreichbar. Im Juni 2006 präsentierte Sony BMG Music Entertainment ein internetbasiertes Musikvideo-Netzwerk.



BMG

BERTELSMANN



Dan Weiner in Bleecker Bob's Golden Oldies Records Shop, New York.



Die Videos von Superstar Shakira gehören zu den Rennern im Netz. Dan Weiner diskutiert mit Kollegen über neue Möglichkeiten in der digitalen Welt des Internets.

Die Musikvideo-Revolution geht ins Netz

Im Sommer 1981 gab es zwei bemerkenswerte Ereignisse: Der Musiksender MTV sendete das erste Musikvideo und der Computerkonzern IBM stellte seinen ersten Personal Computer vor. Gut 25 Jahre später ist aus beidem nicht nur ein Markt für ein Milliardenpublikum geworden, sondern dank des Internets können Computer-Nutzer heute ihr eigenes Musikvideo-Programm zusammenstellen.

Im August 1981 geschahen zwei bemerkenswerte Dinge: Am ersten Tag des Monats ging der Musikkanal MTV auf Sendung und begann mit der Ausstrahlung von Musikvideos. Der erste gesendete Clip war »Video Killed the Radio Star« von der britischen Kultband »The Buggles«. Nur zwölf Tage später präsentierte IBM der Weltöffentlichkeit den ersten Personal Computer.

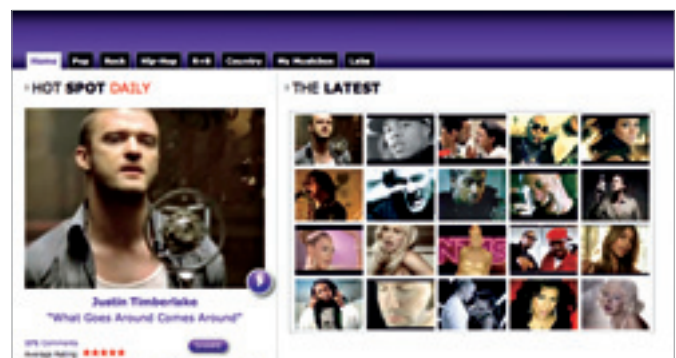
Seit Bestehen des Internets revolutioniert der Computer die Art und Weise, wie Menschen weltweit Unterhaltungsmedien nutzen: Zuerst in reiner Textform, später als Audiodateien und in jüngster Zeit in Form von Videos und Filmen, die mit einem Mausklick verfügbar sind.

Im Juni 2006 machte Sony BMG Music Entertainment einen großen Schritt in Richtung des Zusammenwachsens von Musikvideos und Computern – die Einführung eines internetbasierten Musikvideo-Netzwerks für die verschiedenen Labels von Sony BMG. Musikvideos im Netz sind der neue Standard und in diesem Wachstumsmarkt ist Sony BMG unter den großen Music-Majors führend.

Internetkultur steht im Vordergrund

Bei der Entwicklung des Musikvideo-Netzwerks von Sony BMG stand die Internet-Kultur im Vordergrund. An dem Projekt arbeiteten Mitarbeiter aus dem gesamten Unternehmen unter der Führung von Dan Weiner, Vice President of Strategy & New Ventures der Global Digital Business Unit in New York. »Das Netzwerk ist für die Nutzer eine tolle Sache«, sagt Weiner. »Anfang der 80er-Jahre waren alle mit Musiksendern im Fernsehen zufrieden, doch jetzt kann sich jeder sein ganz persönliches Musik-Programm im Netz zusammenstellen.«

Den Video-Player können Partner und Fans direkt auf ihrer eigenen Website einbinden.



Dan Weiner, Vice President of Strategy & New Ventures der Global Digital Business Unit von Sony BMG Music Entertainment.



Die Musikvideo-Player im Netz sind interaktiv. Sie ermöglichen es den Fans, ihre Lieblingsvideos zu verlinken und auf ihrer eigenen Website einzubinden. Im Player kommt Werbung von Unternehmen auf die Seiten der Fans. So wird das Musikvideo-Netzwerk gleichzeitig zu einem interessanten Umfeld für Werbung.

»Die Anwender müssen keine Software herunterladen, das macht den Player einfach benutzbar. Die Clips können beliebig oft abgespielt werden. Sie können auch im Repertoire ihrer Lieblingskünstler oder in tausenden von Musikvideos in unserem Katalog stöbern. Die Videos können auf Fan-Webseiten integriert werden«, erläutert Weiner. »Wenn zum Beispiel ein Fan von Christina Aguilera eines ihrer Musikvideos auf seiner MySpace-Seite oder einer anderen personalisierten Seite einfügen will, dann ist das problemlos möglich. Wenn dann zwei Monate später die neueste Single von Christina Aguilera veröffentlicht wird, kann diese automatisch auf allen Webseiten, die unseren Player integriert haben, angekündigt oder vorab zur Verfügung gestellt werden«, so Weiner.

Die Videos der Sony BMG Stars können dabei in beliebiger Form zusammengestellt werden – zum Beispiel als Top 20-Playlists für Rock, Country oder Pop, oder als Playlists für Love Songs, Sommerhits und Road Songs.

Ein echter Hit

Was halten die Internetuser und Musikfans von den neuen Playern? Während der ersten sechs Monate des Projekts stieg die Nutzung auf fast 20 Millionen Streams pro Monat an – Tendenz steigend.

»Das Wachstum im Bereich Online-Musik und -Musikvideos ist auf eine grundlegende Veränderung des Umgangs der Kunden mit Unterhaltungsmedien zurückzuführen«, so Weiner. Traditionelle Medien-Outlets – also die MTVs dieser Welt – stoßen in Bezug auf Publikumzuwachs bereits an ihre Grenzen. Im Gegensatz dazu steht Video im Internet erst am Beginn seiner Entwicklung. In den USA werden über Google, YouTube und Yahoo Video und andere Online-Anbieter inzwischen rund 1,7 Milliarden Videos pro Monat abgerufen und die Zahl der Zuschauer steigt.

»Da Videos im Internet immer populärer werden, glauben wir, dass diese Art von Video-Playern zu einem wichtigen Bestandteil des Unterhaltungsangebots werden. Wir sind sehr froh, dass wir hier so gut im Rennen liegen«, meint Dan Weiner.

Der Markt entsteht

»Das Online-Musikvideo-Netzwerk ist nur eines von mehreren Beispielen, wie wir die Herausforderungen und Veränderungen im digitalen Markt annehmen«, so Weiner weiter. »Wir kommen aus einer Welt, in der es für die Verbreitung von Musik im Grunde ein einzelnes Produkt – die CD – gab, heute

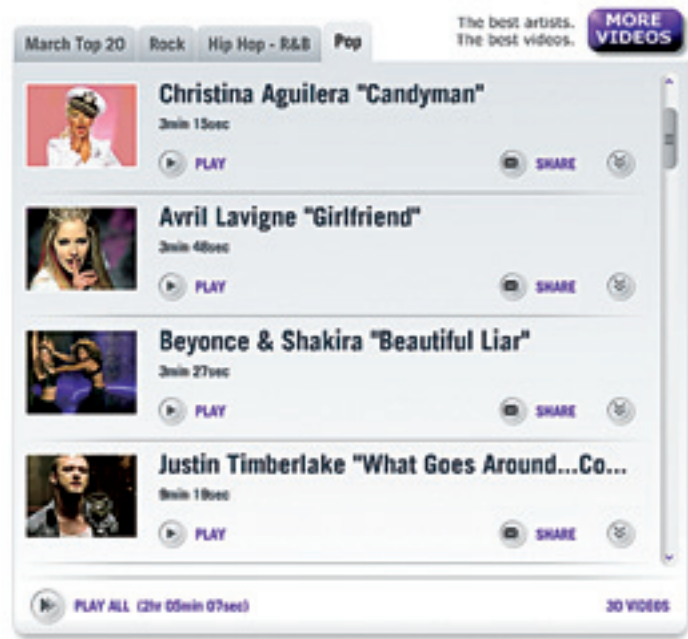
haben wir viele multifunktionale Produkte, die über ein breites Spektrum von Distributionskanälen und Geschäftsmodellen vermarktet werden. So vermarkten wir heute Produkte, wie Musikvideos, die zuvor hauptsächlich Promotionzwecken dienen. Wir schaffen also neue Formen der Unterhaltung und zeitgleich zusätzliche Einnahmequellen.«

Diese neue Welt umfasst Produkte für Mobiltelefone wie Klingeltöne, mobile Song-Downloads und direkt im Telefon gespeicherte Musik. Auch Online-Produkte wie Downloads, Musikabonnementdienste und werbeunterstützte Videos gehören zur neuen Produktwelt. Viele dieser digitalen Angebote finden sich auf den jeweiligen Webseiten der Künstler von Sony BMG wieder. Diese sind zusammen mit dem Musikvideo-Netzwerk Teil einer größeren Initiative, um die Popularität der Sony BMG-Künstler und ihrer Musik im Online- und Mobilbereich zu vermarkten. Die Fans erfahren mehr über die Künstler und deren Musik, sie können Kritiken verfassen, ihre persönlichen Profile erstellen, Fotos hochladen oder sich mit anderen Fans austauschen.

»Bislang hatten Musikfans nur wenige Möglichkeiten, mit ihren Lieblingskünstlern in Kontakt zu treten«, erklärt Weiner. »Jetzt geben wir unseren Künstlern die Möglichkeit, sich ihren Fans unabhängig von Ort und Zeit zu präsentieren. Die Möglichkeiten hierfür sind vielfältig: Einige der Nutzer sind bereit, für den Download eines Hits auf ihr Handy zu zahlen, andere möchten Musik und Videos lieber kostenlos sehen und nehmen dafür Werbung in Kauf.«

Mit diesen Möglichkeiten und Herausforderungen setzen sich Weiner und seine Kollegen täglich

1



auseinander. Diese Themen waren es auch, die sie zur Entwicklung des Online-Video-Player und des gesamten Musikvideo-Netzwerks veranlassten. »Wir haben uns gefragt, was können wir den Fans bieten? Wie ermöglichen wir ihnen ein neues, anderes Musikerlebnis? Und wie können wir damit Geld verdienen?«

Was wirklich zählt

»Das Musikvideo-Netzwerk stößt auf große Nachfrage«, kommentiert Weiner. »Denn die Technologie zur Verbreitung von Musik entwickelt sich ständig weiter und wir suchen stets nach neuen Wegen Künstler und Fans zusammen zu bringen.«

Was hat in diesem sich ständig ändernden Geschäft Bestand?

»Es sind die äußeren Faktoren, die sich laufend verändern. Doch was sich nie ändert, ist der Kern unseres Geschäfts: die Künstler und deren Musik«, sagt Dan Weiner. »Als vor hundert Jahren unsere ersten Labels gegründet wurden, war das Wichtigste die Musik. Und sie wird in hundert Jahren noch immer das Wichtigste sein.«

1 Das Musikvideo-Netzwerk präsentiert die Vielfalt der Hits und Stars von Sony BMG.

Highlights // BMG

» Nie war der Wert der Musik höher als heute. Wir müssen sicherstellen, dass er wieder denen zukommt, die die Musik erschaffen. «

THOMAS RABE
CFO und Leiter des
Unternehmensbereichs BMG

ROLF SCHMIDT-HOLTZ
CEO von Sony BMG



1



1 Bob Dylan's »Modern Times« Größen wie die Beatles und die Rolling Stones sahen ihn als großes Vorbild. Mit seiner Musik beeinflusste er die Generation der 1960er und 1970er Jahre wie kein zweiter – künstlerisch, sozial und politisch. Mit »Modern Times«, seinem ersten neuen Album seit fünf Jahren, landet Dylan einen Nummer 1 Hit. »Modern Times« gilt als eines der besten Alben des Großmeisters. Die Bandbreite seines musikalischen und kompositorischen Könnens beeindruckt. Der von Sony BMG mit Apple gemeinsam auf iTunes geschaltete Spot erlangte in den USA eine riesige Aufmerksamkeit. Niemand zweifelt: Der Meister ist zurück.

2



2 Die Dixie Chicks räumen ab

Am 11. Februar 2007 schrieben die Dixie Chicks Geschichte: sie wurden die erste weibliche Band, die mit einem Album alle drei »Top-Grammys« – für »Bestes Lied«, »Beste Aufnahme« und »Bestes Album« – abräumte. »Taking the Long Way,« ein Open Wide/Columbia Records Release, wurde auch zum »Best Country Album« ernannt – das erste Album in der Geschichte der »Grammys«, das sowohl »Album of the Year« und »Best Country Album« gewinnen konnte. Im Laufe ihrer sensationellen Karriere haben die Dixie Chicks 14 »Grammy-Awards« angehäuft, Konzertkarten für über \$100 Mio. verkauft und 42 Gold-, Platin- und Multiplatin-Auszeichnungen eingestrichen, darunter zwei »RIAA Diamond Awards« für über zehn Millionen verkaufte Platten.

3



3 Justin Superstar

Superlative sind im Pop-Geschäft keine Ausnahme, eher die Regel. Aber der 26jährige, der Mitte der 1990er Jahre als Leadsänger der Boygroup »N Sync« seine Weltkarriere startet, ist 2006 ohne Frage der größte männliche Popstar der Welt. Sein Album »FutureSex/LoveSounds« wird zum globalen Hit: Mehr als fünf Millionen verkaufte Alben machen Timberlake zum wahren Superstar – Platz 1 in den internationalen Verkaufscharts. Zusätzlich zu seinen zwei »Grammy-Awards« in 2007, gewann Justin den »Brit-Award« für »International Solo Male Artist«. Was kann da noch kommen? Ein neuer Hit in 2007 zum Beispiel: »What Goes Around...«.

4



4 How to Save a Life? The Fray auf Platinkurs

Im Jahr 2002 gründete Isaac Slade, Sänger und Pianist, mit seinem Freund Joe King, Gesang und Gitarre, in Denver, Colorado eine Band. Der Rest ist Geschichte. Lokale Radiosender entdeckten den völlig neuen Sound: »The Frays« erste Single »Over my Head (Cable Car)« wurde ein Hit. Von da an ging es für die »The Fray« bergauf: Ihre Musik begleitet populäre TV-Serien wie »Scrubs« und »Greys Anatomy« und für ihr Debütalbum »How to Save a Life« gab es im September 2006 Platin. Kritiker und Fans sehen in »The Fray« eine der ganz großen Entdeckungen der letzten Jahre – und glauben fest daran, dass das Beste aus Denver noch kommt.



BERTELSMANN



Klare Sicht auf beste Inhalte

Die DVD-Nachfolger HD-DVD und Blu-ray Disc bieten bisher ungekannte Bildqualität und neue interaktive Möglichkeiten. Bei Sonopress in Gütersloh sorgt ein Team von Experten dafür, dass der neue Videostandard leicht nutzbar wird. Dabei geht es vor allem um die Frage, wie die neue Technologie den Anforderungen der Menschen am besten entspricht.



Dieter Schlautmann mit Mitarbeitern an einer Maschine für die HD-DVD-Produktion bei Sonopress in Gütersloh.

Hightech lichtet den Nebel

HD-DVD und Blu-ray Disc bieten mehr Qualität und praktisch unbegrenzte interaktive Möglichkeiten. Dass die Vielfalt des neuen Videostandards auch genutzt wird, dafür sorgt das Sonopress New Media Development Team in Gütersloh.

Im Leben geht es immer um den Unterschied. Wo alles gleich ist, bemerkt man bald nichts mehr. Das ist vor allem eins: langweilig. Hunderte Millionen Menschen gucken jeden Tag in die Röhre, sehen sich auf ihrem Bildschirm Videos und DVDs an. Und die meisten von ihnen bemerken gar nicht, dass sie durch einen Nebel sehen. Schleierhaft.

Das bleibt so, bis man vom Fachmann eines Besseren belehrt wird. Der Fachmann tritt in Form von Dieter Schlautmann auf, Director New Media Development bei der Arvato-Tochter Sonopress in Gütersloh. In diesem Fall fungiert er zunächst als Augenarzt. Schlautmann drückt auf die Fernbedienung, und eine High-Definition-DVD (HD-DVD) beginnt sich zu drehen. Kurz drauf dreht sich auch beim Zuschauer was, denn die hochauflösenden Bilder, die die silberne Scheibe im CD-Format am Flachbildschirm erzeugt, sind unglaublich: scharf, nebelfrei, so echt, dass man eigentlich damit rechnet, dass der Jet, der im Film eben von der Startbahn abhebt, seinen Weg direkt ins Zimmer fortsetzt. Welcher Typ Jet? Wo liegt die Startbahn?

Dieter Schlautmann drückt noch einen Knopf – und die Informationen stehen am Schirm: Eine »Citation« fliegt da, und die Landebahn liegt in New York, La Guardia Airport. Natürlich könnte man jetzt den aktuellen Flugplan dieses Flughafens abrufen oder einen Flug auf Knopfdruck buchen. Denn alle HD-DVD-Abspielgeräte und die meisten Blu-ray-Player sind internettauglich. Sie verbinden also alle Angebote und Inhalte des Webs auf Wunsch mit der brillanten neuen Scheibe. »Man muss es gesehen haben, nicht wahr?«, sagt Schlautmann. Recht hat er.

Hohe Qualität definiert sich letztlich am besten selbst. Durch Hinsehen. Damit kann man »High



Der Nachfolger der DVD ist ein Gigant unter den optischen Speichermedien. Auf die HD-DVD/Blu-ray Disc passen bis zu 50 Gigabyte Daten.

Als Technologiescout hält sich Dieter Schlautmann immer auf dem aktuellen Stand – in Theorie und Praxis.



Definition«, den weltweit gültigen hochauflösenden Videostandard, annähernd beschreiben. Er kommt an die Qualität von 35-mm-Filmen heran, bringt also das Kinoerlebnis wirklich in die Wohnzimmer. Das gilt schon beim ganz normalen HD-Fernsehen, dem HDTV. Dort liegt die Bildauflösung beim Fünffachen des besten heute verfügbaren »normalen« Standards, des europäischen PAL-Systems. Doch die Scheibe, die Dieter Schlautmann in den Händen hält, ist noch mehr: Die HD-DVD oder Blu-ray Disc gehört zu den Giganten unter den optischen Speichermedien. Von außen betrachtet sieht sie aus wie eine normale DVD. Allerdings liefert sie bis zu acht Stunden Spielzeit in High-Definition-Qualität, was etwa 45 Stunden Standardauflösung – oder einer Speicherkapazität von 30 Gigabyte – entspricht. »In der Praxis heißt das: ein Bild, das wir uns alle immer gewünscht haben«, sagt Dieter Schlautmann. Zudem ist nebenbei auch noch genug Platz für die besten Audiodaten auf der Scheibe. Und für Software, die die Integration von HD-DVD/Blu-ray mit den Inhalten des Webs möglich macht. »Die Inhalte sind nicht nur optisch brillanter als je zuvor zu sehen, sie sind, wenn der Benutzer das will, auch grenzenlos«, sagt Dieter Schlautmann.

Die HD-Disc lässt Grenzen hinter sich – bester Content wird durch interaktive Möglichkeiten erweitert.

Herkömmliche DVDs konnten Filme zeigen, Zusatzmaterial, verfügten über einige optische Features – das war's. Wer mehr über den Inhalt eines Films wissen wollte – welcher Flughafen, welcher Jet zum Beispiel oder aktueller Stand der Biografien der Schauspieler –, musste das System wechseln, ins Internet gehen. Dieter Schlautmann und sein Sonopress-Team verknüpfen diese Welten. Wenn jemand zum Beispiel in einem Film eine tolle Inneneinrichtung sieht, dann kann er sich vom Film aus in eine virtuelle Möbelausstellung klicken oder direkt im Webshop die Preise abfragen. Alle Infos des Webs sind mit allen Infos der Scheibe verknüpfbar. Das klingt einfach – und ist es für den Benutzer auch. Allerdings erst, nachdem Dieter Schlautmann und sein Sonopress-Team ihre Arbeit gemacht haben. Wie macht man das, eine ganze Welt auf eine Scheibe bringen?

Die Vielfalt der Möglichkeiten muss erschlossen werden – der Nutzer ist der Maßstab.

Das Sonopress-Team ist hier ganz besonders gefordert: »Wir haben mit dem neuen Medium eine große Vielfalt – und die müssen wir so aufbereiten, dass sie den Menschen, die letztlich unsere Produkte nutzen, am besten entspricht.« Das verlangt von Dieter Schlautmann und seinen Kollegen vor allem eins: ein enormes Komplexitätsmanagement. Denn die High-Definition-Technologie ist »globales Teamwork – dahinter stecken Konsortien, große Konzerne, Studios, Programmierer, Experten für Benutzerführung und viele Standards.« So trifft man die Menschen aus der Sonopress New Media Development Abteilung überall dort, wo Inhalte und Normen für die HD-



2



DVD/Blue-ray Disc gemacht werden – in Hollywood und Japan, in London und New York.

In Gütersloh aber laufen die Fäden zusammen. Hier werden das »Authoring« und »Premastering« für die hochauflösenden Scheiben gemacht. Das ist die Umsetzung aller Elemente – Features und interaktiver Möglichkeiten –, die den Content erst erschließen. Software, könnte man sagen, allerdings wäre das tiefgestapelt. Denn es geht darum, den Inhalt für den Benutzer erschließbar zu machen. Im Auftrag der Sonopress-Kunden wird dann mit der optimalen Umsetzung aufs Medium begonnen – »content to market« also. Die neue Vielfalt der Technik heißt für Schlautmann vor allem auch eins: »Klarheit schaffen, Möglichkeiten bereitstellen für die Menschen, die sie nutzen.«

Der nächste große Schritt: Hochauflösend in 3-D? Warum nicht?

»Wir wären dabei«, sagt Dieter Schlautmann. Um die Möglichkeiten zu erschließen, nähern sich Dieter Schlautmann und seine Kollegen von allen Seiten der Frage, ob die Navigation und Programmierung

einer HD-DVD-/Blu-ray-Disc-Produktion auch den Anforderungen der Menschen entspricht, die damit arbeiten: »Testbenutzer geben uns das Feedback, das Techniker oft nicht mehr geben können, weil sie zu sehr im System stecken.« Sind die Producer mit ihrer Arbeit fertig, fließen die Ergebnisse über sichere Datenleitungen in die Sonopress-Werke in Gütersloh und Weaverville in den USA: Dort stehen die Maschinen für die Fertigung von HD-DVDs und Blu-ray Discs. Von dort aus werden die Bildschirme der Welt dann schärfer, klarer, lebendiger, unterhaltsamer. Da bleibt die Frage an Dieter Schlautmann, wo denn die nächste große Herausforderung an die Technik liegt: »Ach«, lacht er, »da gehen uns die Ideen nicht aus. Heute sehen wir mit High Definition klarer als je zuvor. Aber vielleicht wollen wir morgen schon alles in 3-D sehen?« Wie auch immer – das Sonopress-Team und Dieter Schlautmann sind dabei. »Wir sehen uns als Menschen, die anderen Menschen tolle Inhalte erschließen. Ganz gleich, welche Technik gerade verfügbar ist«, sagt er. Ganz gleich, was kommt. Das Sonopress-Team lichtet den Nebel – für klare Sicht auf die besten Inhalte.

1 Die Produktion bei Sonopress läuft rund um die Uhr.

2 Mit Teamwork zum Erfolg.

Highlights // Arvato

»Wir fördern Kreativität und Unternehmertum. Denn wir wissen:
die Ideen von heute sind die Geschäfte von morgen.«

HARTMUT OSTROWSKI

Vorsitzender des Vorstands, Arvato AG

1 Arvato Services: Buchlogistik vom Feinsten

Für Buchhändler wird das Jahr 2007 spürbare Verbesserungen bringen. Ein wesentlicher Grund dafür ist die neue Kommissionier-technik der Arvato-Tochter Vereinigte Verlagsauslieferung (VVA) in Gütersloh: Das innovative Medienlogistiksystem, dessen erste Stufe in 2006 in Betrieb genommen wurde, kann zukünftig Bücher nach Themen vorsortieren und sorgt für noch mehr Qualität bei der Auslieferung. Buchhändlern bleibt so mehr Zeit fürs Wesentliche: mit ihren Kunden über Bücher zu sprechen. Das neue Logistikzentrum ist Teil eines umfangreichen Ausbauprogramms der VVA. Diese liefert heute Medienprodukte von mehr als 200 Verlagen an den Handel und bietet umfangreiche kaufmännische Dienstleistungen an.

2 Arvato Print: Torschützen- könig der FIFA WM 2006

Die Medienfabrik Gütersloh, Arvato-Tochter und verantwortlich für eine Vielzahl von Printmedien und Printprodukten für die FIFA WM 2006, zieht eine positive Bilanz: Das Magazin »Countdown« wurde in einer Auflage von 250.000 Exemplaren gedruckt – die »offizielle FIFA WM-Vorschau« erreichte eine Auflage von einer halben Million. Der offizielle Turnierführer schaffte es sogar auf die Bestsellerlisten von »Focus« und »Stern«. Es war ein außerordentlich gutes Geschäftsjahr für die Medienfabrik – mit besten Aussichten: Im Bereich Corporate Publishing hat das FIFA WM-Engagement eine nachhaltige Stärkung des Geschäfts mit sich gebracht. Der harte Einsatz umsrunde Leder hat sich gelohnt.





3 Arvato IT Services: Gnab – ein Netzwerk für innovativen Download

In 2006 hat Arvato Mobile die Internet-Downloadplattform Gnab erfolgreich vermarktet. Gnab ist eine innovative Kombination aus zentraler Downloadplattform und dezentralem Peer-to-Peer-Netzwerk. Anbieter wie In2movies, Terra oder Medion nutzen die Gnab-Technologie, um ihren Kunden den sicheren, schnellen und qualitativ hochwertigen Download von Filmen und Musik zu bieten. Verbraucher können auf

hochwertigen Content aus dem Internet zugreifen – und gleichzeitig werden auch die Künstler für ihre Arbeit entlohnt. »Das stärkt die Position von Arvato Mobile als dem führenden Anbieter von Digitaldienstleistungen in Europa«, sagt Bernhard Ribbrock, Geschäftsführer von Arvato Mobile: »Gnab ist ein innovativer Meilenstein auf dem Weg in eine neue Ära des digitalen Downloads.«



4 Inmediaone übernimmt den Faksimile Verlag Luzern

Ein Faksimile ist das perfekte Ebenbild eines einmaligen Originals, eines Unikats. Dabei ist es keine einfache Kopie, sondern höchste handwerkliche Buchkunst. Zum 1. Juli 2006 hat die Arvato-Tochter Inmediaone 100 Prozent der Anteile der Faksimile Verlag AG in Luzern übernommen und damit ihr Angebotsportfolio ausgebaut. Der Schweizer Verlag ist einer der weltweit führenden Hersteller originalgetreuer Faksimile-Editionen. Ein Beispiel für die vollendete Kunstfertigkeit der neuen Arvato-Tochter ist die Edition von »Belles Heures du Duc de Berry« aus dem 15. Jahrhundert. Das Original findet sich im Metropolitan Museum of Art, The Cloisters, in New York.



Die Direct Group geht neue Wege

In Frankreich werden das Clubgeschäft, der Buchhandel und das Internet eng miteinander verzahnt. Zum Vorteil der Kunden: Sie erhalten einen umfassenden Service aus einer Hand.

DIRECTGROUP
BERTELSMANN





Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile: Catherine Flammand und ihre Kollegen Juan de Corbion, Marc Guillard und Didier Lory arbeiten daran, die verschiedenen Vertriebsstrategien der Direct Group optimal zu verbinden.

Erfolgsformel Integration

Wie wächst man in reifen Märkten? Die Direct Group in Frankreich weiß eine überzeugende Antwort auf diese Frage: Die einzigartige Verbindung von Clubgeschäft, Buchhandel und Internet.

Die Franzosen lieben Bücher, sie lesen leidenschaftlich. Eine gute Nachricht auch für die Direct Group France. Aber: der Wettbewerb auf dem französischen Buchmarkt ist hart. Die Direct Group legt dort trotzdem deutlich zu. Ein Modell auch für andere Länder. Und ein Erfolg der Mitarbeiter.

Catherine Flammand, Didier Lory, Marc Guillard und Juan de Corbion sind vier davon. Sie sind ein eingespieltes Team. Sie arbeiten von Paris aus, in Sichtweite des Eiffelturms, an einer wichtigen Aufgabe: die Beziehung zu ihren vielen Millionen französischen Kunden stärken und ausbauen. Nicht mal vor dem Unmöglichen schrecken sie zurück. Für ihre Buchkunden machen sie, wenn nötig, das Unauffindbare auffindbar.

Das Team gestaltet mit an einem Buch- und Medienunternehmen, das es so kein zweites Mal gibt in Frankreich. »Das klassische Clubgeschäft, das Internetgeschäft und die traditionellen, übers ganze Land verteilten Buchhandlungen – all das führen wir zusammen«, sagt Jörg Hagen, der Geschäftsführer der Direct Group France. Seine

Formel lautet: »Integration. Wir nutzen die Stärken aller drei Bereiche und schaffen so besondere Vorteile für unsere Kunden.« Integration – nach seinem griechischen Ursprung bedeutet das Wort so viel wie unversehrt und ganz. Bestehende Teile werden verbunden, ohne ihre besonderen Eigenheiten wegzuschneiden. So entsteht ein neues Ganzes.

Die Ausgangslage: Starke Angebote

Es sind die starken Angebote der Direct Group, die eine große Anziehungskraft sowohl auf die Leser, als auch auf Autoren und Verlage ausübt. Die Direct



Mit 4,1 Millionen Mitgliedern und 207 Läden im gesamten Land ist France Loisirs eine von den Franzosen hoch geschätzte Institution.

Group France ist der zweitgrößte Buchverkäufer in Frankreich: France Loisirs, der klassische Club mit seinen 4,1 Millionen Kunden und seinen 207 Filialen. Im Jahr 1970 gegründet, schätzen heute viele Franzosen ihren Buchclub als Institution. Jeder fünfte Haushalt ist hier Mitglied. Dazu kommen die Buchhandelsketten wie Librairies Privat oder Alsatia, die von der Direct Group in den Jahren 2005 und 2006 übernommen wurden. Sie stehen für insgesamt 73 Buchgeschäfte und Medienkaufhäuser. Ob in Bordeaux, Reims, Lyon, Grenoble oder St. Étienne – oft sind es die ersten Buchläden am Platz. Mehr als 1,6 Millionen Menschen haben hier im Jahr 2006 eingekauft. Dazu die Beratung und der Buchhandel über das Internet, die zuverlässige Navigation durch den Bücherkosmos.

Auf diesen drei Säulen steht das französische Geschäft. Jede dieser Säulen wird nun mit der anderen verbunden. So lässt sich mehr erreichen: bei der Buchauswahl, bei exklusiven Angeboten, beim Service und einer noch größeren Nähe zu den Kunden.

Dafür arbeitet auch das Team aus Paris. Catherine Flammand steuert die Informationstechnologie.



Librairies Privat

Die 32 Läden der Buchhandelskette Privat geben seit jeher das Tempo im Buchmarkt an.



Im März 2006 kamen die 23 Läden und das Know-how von der Buchhandelskette Forum Alsatia, die im Osten des Landes aktiv ist, zur Direct Group France.

Marc Guillard steuert die Clubgeschäfte. Didier Lory verantwortet den Buchhandel und Juan de Corbion den Internetauftritt der Gruppe. Sie setzen ihre besonderen Fähigkeiten ein. Sie wissen, dass das Geschäft mit den Büchern viel Sensibilität und zugleich Leidenschaft erfordert. Sie bringen die Autoren und Leser zusammen. Gemeinsam unternimmt das Viererteam alles, um Kundenwünsche zu erkennen, um die richtigen Angebote auszuwählen. So entsteht mehr Qualität, mehr Wachstum.

Spezialisten für Kultur

»Wir sind Spezialisten für Kultur«, sagt Juan de Corbion. Und Spezialisten, wenn es um die Vorlieben und Interessen der Kunden geht. Der Club bietet exklusive Angebote und Preisvorteile, er steht für eine gezielte Bücherauswahl und für verlegerischen Erfolg: Fünf der zehn in Frankreich am besten verkauften Titel des Jahres 2006 sind Clubpremierer. Der Buchclub kennt die Wünsche seiner Kunden genau, er weiß, wer was bestellt. Es ist diese enge Beziehung, von der nun die Buchhandlungen profitieren, die bislang nur wenig wussten über ihre Käufer. »Nur ein Verkäufer, der über seine Kunden Bescheid weiß, wird Erfolg haben«, stellt Marc Guillard fest.

Die übernommenen Buchfilialketten wiederum stärken die Präsenz im Land. Es sind unverwechselbare Orte, an denen die Welt der Bücher inszeniert wird. Wie etwa in St. Étienne, wo die Alsatia-Buchhandlung stilvoll und modern in einer ehrwürdigen, ehemaliger Markthalle untergebracht ist. Diese Orte fördern die Lust am Lesen und sprechen zugleich neue Kundenschichten an – auch für den Club.

1



2



Das Team weiß, wie wichtig dabei das Internet ist. Immer mehr Franzosen kaufen über das Web ein, die Steigerungsraten liegen jährlich bei 25 Prozent. Die Direct Group betrachtet das Web nicht nur als Vertriebskanal, sie bietet mit dem Internetbuchhändler »Chapitre.com« zusätzlich einen besonderen Service an: den Handel mit vergriffenen und gebrauchten Büchern – hier sind rund 20 Millionen Titel im Programm. Die vier nennen es »L'Introuvable«. Was so viel heißt wie: das Un-auffindbare anbieten.

Service aus einer Hand

Natürlich funktioniert all dies nur mit einer ausgeklügelten, leistungsfähigen Infrastruktur. Natürlich nutzen das Viererteam und das Unternehmen die Synergien, die aus der engen Verzahnung von Clubsparte, Buchhandelsgeschäft und Internet entstehen. Die Kunden erhalten den Service aus einer Hand – schnell, komfortabel, kostengünstig und genau nach ihren Wünschen. Aus diesen guten Beziehungen erwachsen gute Geschäfte. Das ist

die Grundlage des Erfolgs in Frankreich, der zweitgrößten Geschäftseinheit der Direct Group. Und damit auch ein Erfolg für die gesamte Unternehmensgruppe, die 2006 ihren Umsatz und Gewinn erneut deutlich ausgeweitet hat.

»Was wir in Frankreich machen, hat Modellcharakter für uns«, sagt Direct-Group-Chef Ewald Walgenbach. In Portugal setzt die Direct Group die Strategie zielstrebig fort, Spanien folgt in diesem Jahr. »Hier zeigen wir überall, wie man auch in reifen Märkten wachsen kann.«

1 Im Herzen der Stadt liegt die Buchhandlung des Forum Espace Culture in St. Étienne.

2 Die Franzosen lieben Bücher. 73 Buchhandlungen und 207 Clubfilialen der Direct Group France laden zum Stöbern ein.



Als Nummer 4 im französischen Online-Buchhandel umfasst das Angebot von »Chapitre.com« insgesamt 20 Millionen Titel.

Highlights // Direct Group

»Wir haben ein Ziel: zufriedene Mitglieder und Kunden. Dafür arbeiten wir weltweit und entwickeln stetig neue Angebote – in den Clubs, in den Buchhandlungen, im Internet.«

EWALD WALGENBACH
Chief Executive Officer, Direct Group



1 BMG Columbia House:

Web wird immer wichtiger

BMG Columbia House, die erfolgreiche DVD/Musikclub-Tochter der Direct Group in den USA, hat die Möglichkeiten des Internets konsequent für das Clubgeschäft genutzt: Mit »e-primary« werden Kunden vollständig via Internet betreut. Mehr als jedes dritte Mitglied der Musikclubs profitiert bereits von diesem Angebot, das ganz auf die Bedürfnisse zugeschnitten ist. Vorteil für die Kunden: besserer und direkterer Service. Vorteil für BMG Columbia House: hohe Akzeptanz bei den Kunden. Insgesamt machen die Online-Umsätze bei BMG Columbia House bereits über ein Drittel des Gesamtumsatzes aus.

2 Direct Group übernimmt die portugiesische Bertrand-Buchhandelskette

Auf der iberischen Halbinsel ist die Direct Group besonders stark – 2006 wurde sie noch stärker. Die Übernahme der größten portugiesischen Buchhandelskette Bertrand mit 47 Filialen in 24 Städten macht die Direct Group zum mit Abstand führenden Buchverkäufer des Landes. Das Clubgeschäft und die Buchhandelskette werden nun eng miteinander verzahnt. Zugleich ist die Direct Group Portugal auch zu einem der führenden Buchverlage des Landes aufgestiegen.



3 Der deutsche Club: literarische Highlights auf dem »Blauen Sofa«

Der Club Bertelsmann hat mit dem »Blauen Sofa« ein viel beachtetes Forum für Autoren geschaffen. Das »Blaue Sofa« ist mittlerweile auf den Buchmessen in Frankfurt und Leipzig und auch in Berlin eine literarische Institution: Buchmacher und Buchkäufer kommen zusammen – das ist die Idee des Clubs. 2006 konnte der Club dafür unter anderem den Literaturnobelpreisträger Günter Grass und Altkanzler Gerhard Schröder gewinnen. Die Prominenz auf dem »Blauen Sofa« – auch ein Zeichen für die neuen Erfolge des Clubs, der erstmals seit Jahren wieder Gewinne ausweist.

4 »Tu Circulo« – ein neuer Kinderclub in Spanien

Lesen ist der Schlüssel zu Bildung und persönlicher Entwicklung. Die Buchclubs der Direct Group helfen mit, das Kreativmedium Buch bei Kindern und Jugendlichen frühzeitig zu etablieren. Der spanische Club »Circulo de Lectores« hat im vergangenen Jahr einen Kinderclub gegründet. Ein echter Erfolg: In weniger als sechs Monaten konnte der junge »Tu Circulo« mehr als 175.000 Kinder als Mitglieder gewinnen. Damit ist »Tu Circulo« nun die drittgrößte Kinder-Community in Spanien.

5 Ukraine und Russland: Lesen im Club boomt

Die Ukraine und Russland sind traditionell gute Märkte für Bücher. Die Direct Group spielt in diesen profitablen und wachstumsstarken Märkten eine immer größere Rolle: Die Mitgliederzahlen der Clubs in der Ukraine und Russland haben sich in gerade mal zwei Jahren mehr als verdreifacht – auf über zwei Millionen Mitglieder. In der Ukraine fördert der Club auch die einheimische Literatur und verlegt immer mehr Bücher in der Landessprache. Dort ist die Direct Group zudem im Filialgeschäft erfolgreich: In der Ukraine wurde die Ladenkette auf zwölf Shops ausgebaut.

Konzernlagebericht

Bertelsmann hat im Geschäftsjahr 2006 in einem positiven wirtschaftlichen Umfeld seine Ertragslage deutlich verbessert. Der Umsatz stieg um 7,9 Prozent auf 19,3 Mrd. €. Die Umsatzsteigerung resultierte sowohl aus organischem Wachstum als auch aus den im Wesentlichen in 2005 getätigten Akquisitionen. Das Operating EBIT verbesserte sich signifikant von 1.610 Mio. € im Vorjahr auf 1.867 Mio. €. Die operative Umsatzrendite stieg von 9,0 Prozent auf 9,7 Prozent. Der Konzerngewinn erreichte 2.424 Mio. € nach 1.041 Mio. € im Vorjahr und wurde, unter anderem durch Veräußerungserlöse, mehr als verdoppelt. Bertelsmann hat im Geschäftsjahr 2006 den Rückkauf der 25,1-prozentigen Beteiligung der Groupe Bruxelles Lambert (GBL) an Bertelsmann erfolgreich abgeschlossen.

Geschäfts- und Rahmenbedingungen

Geschäftsbeschreibung und Organisationsstruktur

Bertelsmann ist national und international in den Kerngeschäften der Schaffung, Bündelung und Verbreitung von Medieninhalten sowie in Produktions- und Dienstleistungsgeschäften (Services) tätig.

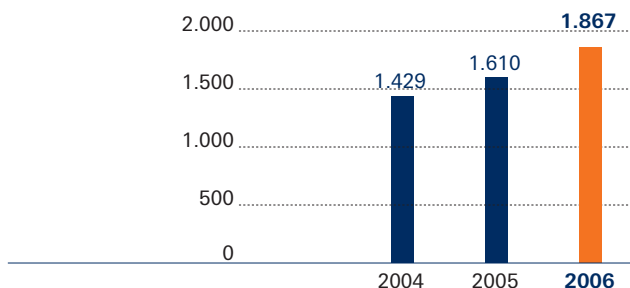
Hierbei verantwortet die Bertelsmann AG als operative Management-Holding die Geschäftspolitik und die strategische Steuerung der Gruppe. Die Bertelsmann AG ist eine nicht börsennotierte Aktiengesellschaft deutschen Rechts mit dualen Führungs- und Kontrollsystem. Der Vorstand führt den Konzern unternehmerisch in eigener Verantwortung. Die Konzernführung und -steuerung erfolgt auf Grundlage der Satzung der

Bertelsmann AG und der Beschlüsse von Konzernvorstand, Aufsichtsrat und Hauptversammlung. Dabei werden strategische Leitlinien, Konzernziele und die Unternehmenskultur berücksichtigt. Die interne Steuerung und Berichterstattung folgt der dezentralen Unternehmensorganisation nach den Unternehmensbereichen RTL Group, Random House, Gruner + Jahr, BMG, Arvato und Direct Group.

Die RTL Group ist im Fernseh- und Radiogeschäft sowie im TV-Produktionsgeschäft tätig. Mit 38 Fernseh- und 29 Radiostationen in zehn Ländern ist die RTL Group der führende europäische Unterhaltungskonzern. Zum Fernsehgeschäft gehören unter anderem die Senderfamilie um RTL Television in Deutschland, M6 in Frankreich und die RTL-Sender im Benelux-

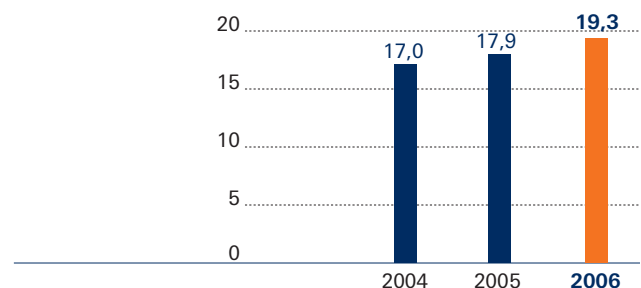
Operating EBIT

in Mio. €



Umsatz

in Mrd. €



Raum. Darüber hinaus ist die RTL Group über Fremantle Media einer der weltweit größten studiounabhängigen Hersteller von TV-Inhalten. Die luxemburgische RTL Group ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft.

Die international führende Buchverlagsgruppe Random House mit Sitz in New York verfügt über ein Portfolio von mehr als hundert publizistisch unabhängigen Einzelverlagen, darunter Knopf und Doubleday in den USA, Ebury in Großbritannien oder Siedler und Goldmann in Deutschland. Random House veröffentlicht Romane, Sach- und Jugendbücher als Hardcover und Taschenbuchausgaben in 17 Ländern in den Sprachen Englisch, Deutsch, Spanisch, Japanisch und Koreanisch.

Das in Hamburg ansässige Druck- und Verlagshaus Gruner + Jahr ist mit rund 300 Zeitschriften und Zeitungen in mehr als 20 Ländern Europas größter Zeitschriftenverlag. Die bedeutendste Auslandsbeteiligung ist Prisma Presse, der zweitgrößte französische Zeitschriftenverlag. Daneben ist Gruner + Jahr verlegerisch in China, Italien, den Niederlanden, Österreich, Polen, Russland und Spanien tätig. Seine Tiefdruckaktivitäten bündelt Gruner + Jahr zusammen mit Arvato (je 37,45 Prozent) und der Axel Springer AG (25,1 Prozent) im Gemeinschaftsunternehmen Prinovis.

Der Unternehmensbereich BMG umfasst den 50-prozentigen Anteil von Bertelsmann am Joint Venture Sony BMG Music Entertainment und den Geschäftsbereich BMG Music Publishing. Im September 2006 wurde eine Vereinbarung mit der Universal Music Group (UMG) zum Verkauf des Musikverlags getroffen. Sony BMG ist ein auf Musik ausgerichtetes Unterhaltungsunternehmen, das nationale und internationale Künstler aufbaut und begleitet. Um diese Künstler herum wird eine Bandbreite von Produkten und Vertriebswegen zur Wertschöpfung genutzt. Das in 44 Ländern vertretene Joint Venture vereint bedeutende Labels wie Arista, Columbia, Epic und Jive. Sony BMG hat seinen Sitz in New York und wird zu gleichen Teilen von der Bertelsmann AG und von der Sony Corporation of America gehalten.

Der internationale Mediendienstleister Arvato ist mit den Geschäftseinheiten Arvato Direct Services, Arvato Logistics Services, Arvato Print, Arvato Storage Media und Arvato Systems

weltweit in 37 Ländern tätig. In Europa gehört Arvato zu den bedeutendsten Medien- und Kommunikationsdienstleistern. Der Geschäftsbetrieb von Arvato umfasst Tief- und Offsetdruckereien, Call- und Service-Center, Kundenbindungsprogramme, Logistikdienstleistungen, Supply Chain Management, Herstellung optischer Speichermedien, IT-Services, Adress- und Datenbankmanagement, Mobilfunkdienstleistungen sowie Wissensmanagement. Arvato hat seinen Sitz in Gütersloh.

Die Direct Group mit ihren Buch-, Musik-, DVD-Clubs und Buchhandlungen ist in 24 Ländern präsent und vereint einen Großteil von Bertelsmanns weltweiten Endkundengeschäften. So ist die Direct Group in den USA vor allem durch Bookspan, in Frankreich durch France Loisirs und in Deutschland durch den Club Bertelsmann vertreten. Der Geschäftsbereich BMG Columbia House betreibt Musik- und DVD-Clubs in den USA und Kanada. Die Direct Group hat ihren Sitz in Gütersloh.

Strategie

Bertelsmann verfügt über führende Marktpositionen in attraktiven Märkten, die beibehalten und weiter ausgebaut werden sollen. Darüber hinaus verfügt Bertelsmann über ein nach Erlösquellen ausgewogenes Portfolio. Der Umsatz resultiert zu etwa gleichen Teilen aus Endkundengeschäften, Medieninhalten, Werbung und Medienservices (inklusive Produktionsumsätzen). Gleichzeitig führen die unterschiedlichen Unternehmensbereiche von Bertelsmann zu einer Diversifikation geschäftlicher und konjunktureller Risiken. Geschäftsbereiche, die eher einer konstanten Marktentwicklung folgen, werden ergänzt durch Geschäftsbereiche, die stärker zyklischen Einflüssen unterliegen. Die geographischen Kernmärkte von Bertelsmann liegen in Westeuropa sowie in den USA. Über 90 Prozent des gesamten Umsatzes des Jahres 2006 wurden dort erzielt. Die Geschäfte in den Wachstumsmärkten Osteuropas und Asiens werden zukünftig an Bedeutung gewinnen.

Der Schwerpunkt der Investitionen wird weiter in den geographischen Kernmärkten Westeuropa und USA liegen. Dabei setzt Bertelsmann sowohl auf organisches als auch akquisitionsgetriebenes Umsatzwachstum. Mittelfristig soll die operative Umsatzrendite auf 10 Prozent gesteigert werden. Bertelsmann strebt hinsichtlich der Kontrolle seiner Geschäfte nach Möglichkeit eine Beteiligung von 100 Prozent an.

Die Zukunftsfähigkeit des Geschäftsportfolios wurde durch das gemeinsam mit der Boston Consulting Group (BCG) durchgeführte und im ersten Halbjahr 2006 abgeschlossene konzernweite Projekt »Wachstumschancen und Entwicklungspotenziale der Bertelsmann-Geschäfte« überprüft. Es bestätigte Bertelsmann ein Geschäftsportfolio mit überwiegend starken Marktpositionen in attraktiven Märkten, langfristige Zukunftsperspektiven und nachhaltigem Wachstumspotenzial. Es werden 75 Prozent des Umsatzes in Geschäften in marktführenden Positionen verdient.

Im Fokus der Vorstandsarbeit steht die Identifikation möglicher neuer Wachstumsgeschäfte sowie die Optimierung, Sicherung und Weiterentwicklung der Kerngeschäfte. Zur gezielten Entwicklung neuer Geschäftsansätze rund um die Kerngeschäfte des Unternehmens beschäftigt sich Bertelsmann intensiv mit den technologischen Herausforderungen auf den Medienmärkten. In den kommenden Jahren wird die Entwicklung der globalen Medienindustrie maßgeblich durch die fortschreitende Digitalisierung von Inhalten und Vertriebskanälen geprägt sein.

Die Steigerung des Unternehmenswerts im Sinne einer nachhaltig steigenden Ertragskraft ist ein wesentliches Ziel von Bertelsmann. Die zentrale Steuerungskennzahl zur Beurteilung der Ertragskraft des operativen Geschäfts und der Rentabilität des investierten Kapitals ist der Bertelsmann Value Added (BVA).

Steuerungssysteme

Bertelsmann steuert seine Unternehmensbereiche auf Grundlage des BVA und des Operating EBIT. Der BVA dient der Beurteilung der Ertragskraft des operativen Geschäfts und der Rentabilität des investierten Kapitals. Die Wertorientierung zeigt sich sowohl in der operativen Geschäftssteuerung als auch in der strategischen Investitions- und Portfoliosteuerung. Durch die Verknüpfung mit dem Managementvergütungssystem wird sie in die unternehmerischen Aktivitäten integriert. Der BVA ist die Differenz von Net Operating Profit After Tax (NOPAT), definiert als das um den pauschalen Konzernsteuersatz von 33 Prozent bereinigte Operating EBIT, und den Kapitalkosten. Die Kapitalkosten entsprechen dem Produkt aus Kapitalkostensatz (einheitlich 8 Prozent nach Steuern) und investiertem Kapital (Aktiva, die dem operativen Unter-

nehmenszweck dienen, abzüglich operativer Verbindlichkeiten, die dem Unternehmen unverzinslich zur Verfügung stehen). Im Geschäftsjahr 2006 hat sich der BVA von 28 Mio. € auf 101 Mio. € verbessert.

Das Operating EBIT als eine weitere relevante Steuerungsgröße definiert sich als ein unter normalen wirtschaftlichen Gegebenheiten wiederholbares operatives Ergebnis. Es wird vor Finanzergebnis und Steuern berechnet und gleichzeitig um nicht operative Sondereinflüsse bereinigt. Durch diese Vorgehensweise wird eine normalisierte Ergebnisgröße ermittelt, die die Prognosefähigkeit und Vergleichbarkeit verbessert. Im Berichtsjahr betrug das Operating EBIT 1.867 Mio. €. Auf Grundlage des Operating EBIT werden weitere Steuerungskennzahlen verwendet, beispielsweise die Cash-Conversion-Rate und die Umsatzrendite.

Bestandteil des Steuerungssystems von Bertelsmann sind darüber hinaus die internen Finanzierungsziele (vergleiche dazu Abschnitt Finanz- und Vermögenslage).

Wichtige Ereignisse des Geschäftsjahres

Im Berichtszeitraum war der Rückkauf des Anteils der GBL an Bertelsmann ein zentrales Ereignis. Der am 24. Mai 2006 erzielten grundsätzlichen Einigung folgte am 4. Juli der Rückkauf der Aktien zu einem Kaufpreis von 4,5 Mrd. €. Der Rückkauf erfolgte auf Basis eines Finanzierungskonzepts, das aus dem Verkauf von BMG Music Publishing, einer Investitionszurückhaltung bis Ende 2007, einer moderaten Dividendenpolitik und der Steigerung des Operating Cash Flow besteht. Der Rückkauf wurde über einen Zwischenkredit finanziert, der im September teilweise in eine Kapitalmarktfinanzierung überführt und im Dezember durch die Kaufpreiszahlung für BMG Music Publishing weiter zurückgeführt wurde. Im September 2006 einigten sich Bertelsmann und UMG (Universal Music Group) auf den Verkauf des Musikverlags BMG Music Publishing für einen Kaufpreis von 1,63 Mrd. €, der am 15. Dezember 2006 vereinnahmt wurde. Bilanziell erfolgte die Entkonsolidierung zum 31. Dezember 2006. Die Kartellgenehmigung seitens der EU-Kommission stand bei Drucklegung noch aus; die Übernahme wurde daher noch nicht vollzogen. Die US-Kartellgenehmigung des Verkaufs wurde bereits erteilt.

Des Weiteren schlossen Bertelsmann und UMG im September 2006 einen Vergleich im Verfahren bezüglich der ehemaligen Musiktaschbörse Napster.

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Der weltweite konjunkturelle Aufschwung hatte sich nach einem starken Wachstum im ersten Halbjahr 2006 im Verlauf des zweiten Halbjahres etwas abgeschwächt. Die Geldpolitik wurde vor dem Hintergrund steigender gesamtwirtschaftlicher Kapazitätsauslastungen und zunehmender Inflationsrisiken weltweit gestrafft.

Die Anfang des Jahres 2006 noch deutlich verbesserte konjunkturelle Entwicklung in den USA hat sich im Verlauf des Jahres etwas verlangsamt. Laut dem Institut für Weltwirtschaft an der Universität Kiel stieg in den USA das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) um 3,3 Prozent.

Das konjunkturelle Wachstum innerhalb des Euroraums nahm im Verlauf des ersten Halbjahres deutlich Fahrt auf. Im zweiten Halbjahr festigte sich dieser Aufschwung weiter, auch wenn das hohe Tempo vom Frühjahr nicht gehalten wurde. Die wesentlichen Impulse kamen dabei von der Inlandsnachfrage. Auch die Exporte nahmen rascher zu als die Importe. Laut OECD erreichte der Euroraum 2006 eine Steigerung des realen BIP von 2,4 Prozent.

Der Aufschwung der deutschen Wirtschaft hat sich im Jahr 2006 erheblich verstärkt. Getragen wurde er von weiterhin kräftig steigenden Exporten und einer zunehmenden Inlandsnachfrage; auch hat sich der private Konsum deutlich ausgeweitet. In Deutschland stieg das reale BIP laut Statistischem Bundesamt um 2,7 Prozent.

Entwicklung relevanter Märkte

Insgesamt zeigten sich die Medienmärkte in Europa positiver als im Vorjahr. Gemäß Nielsen Media Research stiegen in Deutschland die Bruttowerbeumsätze in den klassischen Medien (TV-, Zeitschriften- und Radio-Werbemarkt) zwischen 3,1 Prozent und 9,2 Prozent. Der klassische deutsche Online-Werbemarkt verzeichnete laut dem Online-Vermarkterkreis einen Bruttowachstum von zirka 146 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Er ist damit das viertgrößte Werbemedium in Deutschland. Der

Zeitschriften-Werbemarkt in Frankreich blieb stabil. Die Buchmärkte in den USA und in Deutschland waren unverändert zum Vorjahr. Die weltweiten Musikmärkte schrumpften weiter, da der anhaltende Rückgang beim CD-Absatz nur teilweise von steigenden Umsätzen mit digitalen Musikformaten ausgeglichen wurde. Auch im Jahr 2006 spielte der Trend des Business Process Outsourcing eine wichtige Rolle für das Dienstleistungsgeschäft. Die Druckmärkte in Europa und den USA waren weiterhin von einer intensiven Wettbewerbssituation gekennzeichnet.

Wesentliche rechtliche Rahmenbedingungen

Bertelsmann unterhält in mehreren europäischen Ländern Fernseh- und Radio-Aktivitäten. In diesem Kontext ist Bertelsmann regulatorischen rundfunkrechtlichen Bestimmungen unterworfen, die bei der weiteren Geschäftsentwicklung zu beachten sind. Bertelsmann nimmt mit seinen Geschäftsfeldern weltweit größtenteils führende Marktpositionen ein. Dies kann das akquisitorische Wachstum in einigen Regionen beziehungsweise Geschäftsfeldern aus wettbewerbsrechtlichen Gründen einschränken. Aufgrund der Börsenzulassung der begebenen Genussscheine und Anleihen folgt Bertelsmann in vollem Umfang den entsprechenden kapitalmarktrechtlichen Vorschriften. Bertelsmann unterliegt nicht dem »Mitbestimmungsgesetz«, da es nicht auf Unternehmen, die als »Tendenzbetrieb« Zwecken der Berichterstattung oder Meinungsäußerung dienen, anzuwenden ist.

Ertragslage

Umsatz

Die Bertelsmann AG steigerte im Geschäftsjahr 2006 den konsolidierten Umsatz von 17,9 Mrd. € um 7,9 Prozent auf 19,3 Mrd. €. Dieses Umsatzplus resultierte zu 2,9 Prozent aus einem gegenüber dem Vorjahr verbesserten organischen Wachstum (Vorjahr: 2,3 Prozent). Portfolio- und sonstige Effekte wirkten sich mit insgesamt 5,0 Prozent Zuwachs (Vorjahr: 2,5 Prozent) auf den konsolidierten Umsatz aus. Wechselkurseffekte hatten keinen Einfluss auf den Umsatz (Vorjahr: 0,3 Prozent). Die geographische Umsatzverteilung veränderte sich im Vergleich zum Geschäftsjahr 2005 nur geringfügig. Während der Umsatz in Deutschland leicht auf 30,6 Prozent gegenüber 29,7 Prozent im Vorjahr stieg, erzielten die übrigen europäischen Länder einen Umsatzanteil von 44,1 Prozent (Vorjahr: 43,8 Prozent). Gleichzeitig verringerte sich der Anteil der USA am Gesamtumsatz von

20,5 Prozent auf 19,7 Prozent. Die sonstigen Länder erreichten einen Anteil von 5,6 Prozent (Vorjahr: 6,0 Prozent). Damit ist der Anteil des Auslandsgeschäfts am Gesamtumsatz von 70,3 Prozent auf 69,4 Prozent leicht gesunken. Wie im Vorjahr blieben die Anteile der vier Erlösquellen (Inhalte, Werbung, Endkundengeschäfte und Medienservices inklusive Produktionsumsätze) am Konzernumsatz nahezu konstant.

Operating EBIT und Operating EBITDA

Im Geschäftsjahr 2006 erzielte die Bertelsmann AG ein Operating EBIT in Höhe von 1.867 Mio. €. Der vergleichbare Vorjahreswert in Höhe von 1.610 Mio. € wurde damit um 16,0 Prozent übertroffen. Die Umsatzrendite erreichte 9,7 Prozent (Vorjahr: 9,0 Prozent). Die höchste Ergebnissteigerung erzielte die RTL Group. Die Direct Group hat ihr Ergebnis gegenüber dem Vorjahr verdoppelt. Die Unternehmensbereiche Gruner + Jahr, Random House und Arvato übertrafen das hohe Ergebnisniveau des Vorjahres. Die Ergebnissituation von BMG wurde weiterhin

durch den Marktrückgang im Tonträgergeschäft beeinflusst. Die operativen Aufwendungen haben sich im Konzern im Wesentlichen proportional zur Umsatzentwicklung verändert.

Bertelsmann verbesserte das Operating EBITDA um 12,0 Prozent auf 2.548 Mio. € (Vorjahr: 2.274 Mio. €).

Konzerngewinn

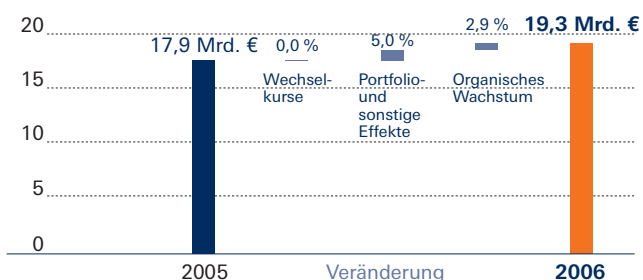
Ausgehend vom Operating EBIT ergab sich nach der Bereinigung von Sondereinflüssen in Höhe von 1.161 Mio. € ein EBIT von 3.028 Mio. € (Vorjahr: 1.671 Mio. €). Das Finanzergebnis veränderte sich gegenüber dem Vorjahr von -386 Mio. € auf -427 Mio. €. Die Zinsaufwendungen stiegen bedingt durch die erhöhten Finanzschulden infolge des Rückkaufs des GBL-Anteils an. Im Finanzergebnis sind auch die Ausschüttungen auf die Genussscheine der Bertelsmann AG in Höhe von 77 Mio. € (Vorjahr: 76 Mio. €) enthalten. Der Steueraufwand fiel mit -177 Mio. € gegenüber -244 Mio. € im Vorjahr niedriger

Umsatz der Unternehmensbereiche*

in Mio. €	2006			2005		
	Deutschland	International	Gesamt	Deutschland	International	Gesamt
RTL Group	2.093	3.547	5.640	1.975	3.137	5.112
Random House	233	1.714	1.947	202	1.626	1.828
Gruner + Jahr	1.328	1.533	2.861	956	1.668	2.624
BMG	234	1.783	2.017	179	1.949	2.128
Arvato	2.084	2.698	4.782	1.803	2.562	4.365
Direct Group	307	2.358	2.665	304	2.080	2.384
Summe Umsatz der Bereiche	6.279	13.633	19.912	5.419	13.022	18.441
Corporate/Konsolidierung	-369	-246	-615	-106	-445	-551
Konzernumsatz	5.910	13.387	19.297	5.313	12.577	17.890

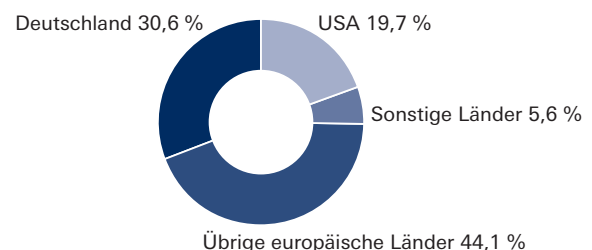
* Der Umsatzanstieg in Deutschland bei Gruner + Jahr, Arvato und BMG ist überwiegend durch Konsolidierungseffekte verursacht.

Umsatzanalyse



Konzernumsatz nach Regionen

in Prozent



Ergebnisanalyse

in Mio. €	2006	2005
Operating EBIT der Bereiche		
RTL Group	835	756
Random House	182	166
Gruner + Jahr	277	250
BMG	173	177
Arvato	367	341
Direct Group	110	53
Summe Operating EBIT der Bereiche	1.944	1.743
Corporate/Konsolidierung	-77	-133
Operating EBIT Konzern	1.867	1.610
Sondereinflüsse	1.161	61
EBIT (Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern)	3.028	1.671
Finanzergebnis	-427	-386
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-177	-244
Konzerngewinn	2.424	1.041
davon: Gewinnanteil Bertelsmann-Aktionäre	2.101	880
davon: Gewinnanteil Minderheiten	323	161

aus. Wie im Vorjahr führte eine Reihe von Sondereinflüssen zu einer geringen Steuerquote. Hierunter fielen unter anderem die weitestgehend steuerfreie Vereinnahmung des Verkaufserlöses von BMG Music Publishing sowie ein auf Ebene der RTL Group gebildetes Tax Asset.

Nach Berücksichtigung des Finanzergebnisses und der Steuern wurde 2006 ein mehr als verdoppelter Konzerngewinn von 2.424 Mio. € (Vorjahr: 1.041 Mio. €) erzielt. Bedingt durch den Verkauf der Digitalplattform Television Par Satellite (TPS), an der die RTL Group über M6 beteiligt war, erhöhte sich der Anteil der Min-

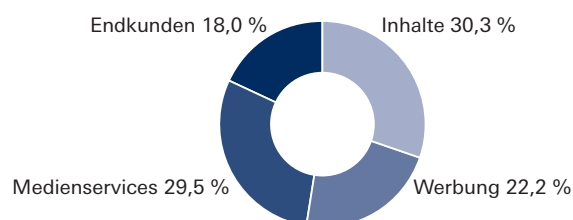
derheiten am Konzerngewinn auf 323 Mio. € (Vorjahr: 161 Mio. €). Auf die Aktionäre der Bertelsmann AG entfiel ein Konzerngewinn von 2.101 Mio. € (Vorjahr: 880 Mio. €). Für das Geschäftsjahr 2006 ist die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 120 Mio. € geplant.

Sondereinflüsse

Die Sondereinflüsse wirkten sich im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 1.161 Mio. € im Saldo deutlich höher auf das EBIT aus als im Vorjahr mit 61 Mio. €. Die Sondereinflüsse beinhalteten vor allem Veräußerungsgewinne in Höhe von insgesamt 1.410 Mio. €. Unter Berücksichtigung der Nebenkosten ergab sich aus dem Verkauf von BMG Music Publishing ein Veräußerungsgewinn von insgesamt 1.174 Mio. €. Daneben enthielten die Veräußerungsgewinne unter anderem 201 Mio. € aus dem Verkauf von TPS. Den Effekten aus Veräußerungen standen Restrukturierungs- und Integrationsaufwendungen in Höhe von insgesamt -68 Mio. € (Vorjahr: -185 Mio. €) gegenüber. Diese Aufwendungen entfielen zu -54 Mio. € auf BMG und zu -14 Mio. € auf die Direct Group. Darüber hinaus enthielten die Sondereinflüsse den Aufwand für den außergerichtlichen Vergleich einer Klage, die die UMG gegen Bertelsmann im Frühjahr 2003 in den USA wegen Bertelsmanns Finanzierung der Musiktäuschbörse Napster eingereicht hatte; die Vergleichssumme betrug 48 Mio. €.

Umsatz nach Erlösquellen

in Prozent*



* Basis: Summe der Bereiche vor Corporate/Konsolidierung

Im Anschluss an diesen Vergleich hat Bertelsmann zu verstehen gegeben, dass es auf dieser Berechnungsbasis auch zu außergerichtlichen Einigungen mit Dritten, die Bertelsmann ebenfalls wegen der Finanzierung der Musikausbörsen Napster in den USA verklagt haben oder sich derartiger Ansprüche berühen, bereit wäre. Folglich beinhalten die Sondereinflüsse eine Rückstellung in Höhe von 101 Mio. € für mögliche zukünftige Vergleiche mit derartigen Dritten.

Finanz- und Vermögenslage Finanzierungsgrundsätze

Die finanzpolitischen Zielsetzungen sollen ein ausgewogenes Verhältnis zwischen finanzieller Sicherheit, Eigenkapitalrentabilität und Wachstum gewährleisten. Die Finanzierung des Konzerns orientiert sich dazu an den Anforderungen für ein »BBB+/Baa1«-Rating. Rating und Transparenz leisten einen Beitrag zur finanziellen Sicherheit und Unabhängigkeit von Bertelsmann.

Die Finanzierung des Bertelsmann-Konzerns erfolgt grundsätzlich zentral durch die Bertelsmann AG und ihre Finanzierungsgesellschaften Bertelsmann U.S. Finance, Inc. und Bertelsmann Capital Corporation N.V.. Die Bertelsmann AG übernimmt dementsprechend die Verpflichtung, den Konzerngesellschaften

ausreichende Liquidität zur Verfügung zu stellen. Gleichzeitig wird die Vergabe von Garantien und Patronatserklärungen für Konzerngesellschaften durch die Bertelsmann AG gesteuert. Der Konzern tritt nach außen als finanzielle Einheit auf und optimiert damit die Kapitalbeschaffungs- und Anlagemöglichkeiten.

Seit langem wird Bertelsmann nach quantifizierten Finanzierungszielen gesteuert, die sich an der wirtschaftlichen Verschuldung und mit abnehmender Bedeutung auch an der Kapitalstruktur orientieren. Eines der wesentlichen Finanzierungsziele ist ein Leverage Faktor von höchstens 2,3. Der Leverage Faktor ergibt sich aus dem Verhältnis der wirtschaftlichen Finanzschulden zum Operating EBITDA. Um eine Abbildung der tatsächlichen Finanzkraft von Bertelsmann über eine wirtschaftliche Betrachtungsebene zu ermöglichen, werden die im Jahresabschluss ausgewiesenen Zahlen leicht modifiziert. Im abgelaufenen Geschäftsjahr lagen die wirtschaftlichen Finanzschulden bei 6.760 Mio. € gegenüber 3.931 Mio. € im Geschäftsjahr 2005. Sie ergeben sich aus den Nettofinanzschulden zuzüglich Pensionsrückstellungen und Genusskapital. Der Anstieg der wirtschaftlichen Finanzschulden resultierte per Saldo aus der Finanzierung des Rückkaufs des GBL-Anteils und dem Verkauf von BMG Music Publishing. Am 31. Dezember 2006 lag der Leverage Faktor bei 2,8 (Vorjahr: 2,2) und damit

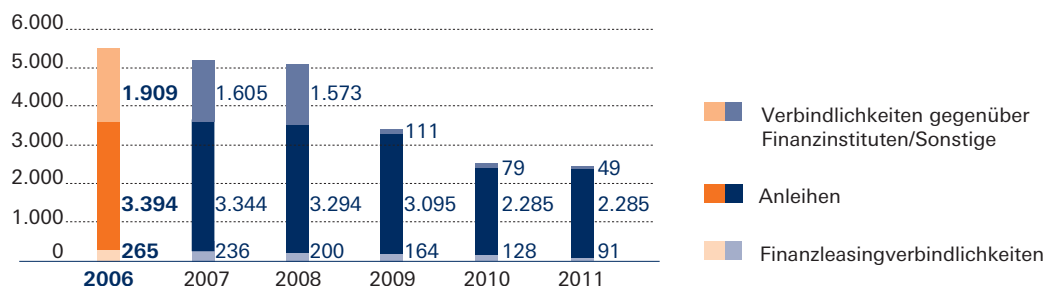
Finanzierungsziele

	Ziele	2006	2005
Leverage Faktor: Wirtschaftliche Finanzschulden/Operating EBITDA ¹⁾	< 2,3	2,8	2,2
Operating Leases Faktor¹⁾	< 0,7	0,5	0,8
Coverage Ratio: Operating EBITDA/Finanzergebnis ¹⁾	> 4,0	5,7	5,3
Eigenkapitalquote: Eigenkapital zu Konzernbilanzsumme (in Prozent)	> 25,0	28,6	40,0

¹⁾ Nach Modifikationen

Laufzeitenprofil – Finanzschulden

in Mio. €



über dem angestrebten Leverage Faktor von 2,3. Bis Ende des Geschäftsjahres 2007 erwartet Bertelsmann, die Zielmarke von 2,3 wieder annähernd zu erreichen.

Zur Steuerung der Operating Leases sollen die Barwerte der Miet- und Leasingverpflichtungen das 0,7-Fache des Operating EBITDA nicht übersteigen. Am 31. Dezember 2006 lag dieser Faktor bei 0,5 (Vorjahr: 0,8). In externen Analysen werden Operating Leases häufig mit wirtschaftlichen Finanzschulden gleichgesetzt.

Ein weiteres wesentliches Finanzierungsziel ist die Coverage Ratio (Zinsdeckungsgrad) von mehr als vier. Im abgelaufenen Geschäftsjahr lag die Coverage Ratio bei 5,7 (Vorjahr: 5,3). Sie berechnet sich aus dem Verhältnis von Operating EBITDA zum Finanzergebnis. Die Eigenkapitalquote hat sich gegenüber dem Vorjahr bedingt durch die Einziehung des GBL-Anteils von 40,0 Prozent auf 28,6 Prozent reduziert, lag aber weiterhin über der Zielmarke von 25,0 Prozent.

Finanzierungsaktivitäten

Die Finanzierungsaktivitäten von Bertelsmann standen im Geschäftsjahr 2006 im Zusammenhang mit dem Rückkauf des GBL-Anteils an der Bertelsmann AG. Zunächst wurde der Rückkauf über einen Zwischenkredit in zwei Tranchen über 2,0 Mrd. € beziehungsweise 2,5 Mrd. € finanziert. Die erste Tranche mit einer Laufzeit von einem Jahr, die optional um ein weiteres Jahr hätte verlängert werden können, wurde mit den Erlösen der Emission zweier im September begebener Benchmark-Anleihen und Teilen der Kaufpreiszahlung von BMG Music Publishing vollständig zurückgeführt. Die zweite

Tranche über 2,5 Mrd. € mit einer Laufzeit von drei Jahren wurde im August 2006 an einen Kreis von Kernbanken syndiziert und war zum 31. Dezember noch mit 1,43 Mrd. € in Anspruch genommen.

Die beiden im September begebenen Anleihen mit einem Volumen von insgesamt 1,5 Mrd. € wurden im Anschluss an eine Roadshow platziert. Die nominale Verzinsung der sechsjährigen Anleihe mit einem Volumen von 500 Mio. € beträgt 4,375 Prozent, die der zehnjährigen Anleihe mit einem Volumen von 1,0 Mrd. € liegt bei 4,750 Prozent.

Im Jahr 2006 hat Bertelsmann ein von der Bertelsmann Capital Corporation begebenes Schuldscheindarlehen in Höhe von 50 Mio. € vorzeitig zurückgeführt. Zum 31. Dezember 2006 standen Anleihen, Privatplatzierungen und Schuldscheindarlehen in Höhe von 3.480 Mio. € (Vorjahr: 2.025 Mio. €) aus. Das Volumen der zum Börsenhandel zugelassenen Anleihen betrug insgesamt 3,0 Mrd. €.

Rating

Bertelsmann stellt sich den Anforderungen eines Ratings, um die Finanzierungsalternativen für den Konzern zu erweitern. Seit Juni 2002 wird Bertelsmann von Moody's mit »Baa1« und von Standard & Poor's (S&P) mit »BBB+« beurteilt und verfügt damit über ein Emittenten-Rating im Investment-Grade-Bereich. Im Zusammenhang mit dem Rückkauf haben Moody's und S&P ihre Ratingbeurteilungen jeweils mit negativem Ausblick bestätigt. Die kurzfristige Kreditqualität von Bertelsmann wird von Moody's mit »P-2« und S&P mit »A-2« bewertet.

Anleihen, Schuldscheindarlehen, US-Privatplatzierungen

Nominalzins, Emittent, Laufzeit	Typ	Effektivzins in %	Volumen in Mio.
4,70 % Bertelsmann Capital Corp. N.V. 02/07	Schuldscheindarlehen	4,91	EUR 50
4,40 % Bertelsmann Capital Corp. N.V. 03/08	Schuldscheindarlehen	4,56	EUR 50
4,375 % Bertelsmann U.S. Finance, Inc. 99/09	Anleihe	4,53	EUR 200
4,69 % Bertelsmann U.S. Finance, Inc. 03/10	US-Privatplatzierung	4,83	USD 100
4,625 % Bertelsmann U.S. Finance, Inc. 03/10	Anleihe	4,70	EUR 750
4,375 % Bertelsmann AG 06/12	Anleihe	4,47	EUR 500
5,23 % Bertelsmann U.S. Finance, Inc. 03/13	US-Privatplatzierung	5,38	USD 200
5,33 % Bertelsmann U.S. Finance, Inc. 03/15	US-Privatplatzierung	5,46	USD 200
3,625 % Bertelsmann AG 05/15	Anleihe	3,74	EUR 500
4,75 % Bertelsmann AG 06/16	Anleihe	4,89	EUR 1.000

Kapitalflussrechnung (Kurzfassung)

in Mio. €	2006	2005
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit	1.673	1.791
Cash Flow aus Investitionstätigkeit	498	-2.489
Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit	-2.198	-428
Zahlungswirksame Veränderungen der liquiden Mittel	-27	-1.126
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderungen der liquiden Mittel	-23	70
Liquide Mittel am 1. Januar	1.036	2.092
Liquide Mittel am 31. Dezember	986	1.036

Kreditlinien

Auf der Grundlage verschiedener vertraglicher Vereinbarungen kann Bertelsmann auf variabel und auf festverzinsliche Mittel zurückgreifen. Seit Oktober 2004 besteht eine syndizierte Kreditlinie. Diese kann von der Bertelsmann AG und den ausländischen Finanzierungsgesellschaften durch Ziehung in Euro, US-Dollar und Britisches Pfund bis zu einem Gegenwert von 1,2 Mrd. € revolvingend in Anspruch genommen werden. Außerdem stehen dem Bertelsmann-Konzern bilaterale Kreditvereinbarungen mit international tätigen Großbanken zur Verfügung. Diese Kreditlinien gewährleisten Bertelsmann eine Finanzreserve von rund 1,6 Mrd. €, die im Rahmen der Geschäftstätigkeit frei verwendbar ist. Zum 31. Dezember 2006 hatte Bertelsmann die Kreditlinien zu 55 Mio. € in Anspruch genommen (31. Dezember 2005: keine Inanspruchnahme).

Kapitalflussrechnung

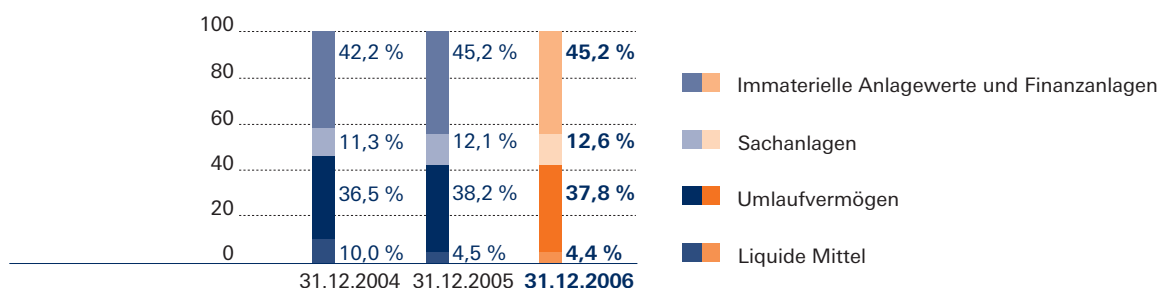
Das EBIT bildet die Basis der Kapitalflussrechnung. Diese Vorgehensweise erleichtert die Herleitung der Cash-Conversion-Rate, einer Kennzahl zur Beurteilung der operativen Mittelfreisetzung. Sie ermittelt sich aus dem Verhältnis von Operating Free

Cash Flow zu Operating EBIT. Der Operating Free Cash Flow ermittelt sich ausgehend vom operating EBIT unter Berücksichtigung von Abschreibungen und Operativen Investitionen. Bertelsmann strebt eine Cash-Conversion-Rate von 100 Prozent an. Bedingt durch den Anstieg des Umlaufvermögens im vierten Quartal reduzierte sich die Cash-Conversion-Rate auf 84 Prozent gegenüber 91 Prozent im Vorjahr. Der Geschäftsverlauf in den ersten beiden Monaten des Jahres 2007 führte bereits zu Rückflüssen aus dieser temporär höheren Mittelbindung zum Jahresende 2006.

Im Berichtszeitraum wurde aus der laufenden Geschäftstätigkeit ein Cash Flow in Höhe von 1.673 Mio. € (Vorjahr: 1.791 Mio. €) generiert. Durch eine gegenüber dem Vorjahr geringere Investitionstätigkeit und den Verkauf von BMG Music Publishing wurde ein positiver Cash Flow aus der Investitionstätigkeit in Höhe von 498 Mio. € (Vorjahr: -2.489 Mio. €) erzielt. Hierin mit 1.648 Mio. € (Vorjahr: 353 Mio. €) enthalten waren Erlöse aus dem Verkauf von Beteiligungen, insbesondere für BMG Music Publishing, denen Kaufpreiszahlungen für konsolidierte Beteiligungen (abzüglich erworbener liquider Mittel) in Höhe von -405 Mio. €

Bilanzstruktur Aktiva

in Prozent



(Vorjahr: -1.734 Mio. €) gegenüberstanden. Im Geschäftsjahr 2005 begann Bertelsmann damit, Mittel zur Deckung von Pensionsverbindlichkeiten in Deutschland über ein so genanntes Contractual Trust Arrangement (CTA) auszulagern. Dem Bertelsmann Pension Trust e.V. wurden hierzu liquide Mittel in Höhe von 360 Mio. € (in 2005) und 200 Mio. € (in 2006) übertragen. Der Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit wies für den Berichtszeitraum einen Mittelabfluss von -2.198 Mio. € auf (Vorjahr: -428 Mio. €). Im Wesentlichen ist dies zurückzuführen auf den Rückkauf des GBL-Anteils. Dividenden an die Aktionäre der Bertelsmann AG sowie an Mitgesellschafter konsolidierter Unternehmen wurden in Höhe von 385 Mio. € (Vorjahr: 414 Mio. €) ausgezahlt. Zum 31. Dezember 2006 verfügte Bertelsmann über eine Konzernliquidität von 1,0 Mrd. € (Vorjahr: 1,0 Mrd. €).

Außerbilanzielle Verpflichtungen

Der Umfang der außerbilanziellen Verpflichtungen hat sich gegenüber dem Vorjahr leicht reduziert. Zu den außerbilanziellen Verpflichtungen zählen Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen, die sich nahezu ausnahmslos aus operativen Umständen ergeben.

Investitionen

Im Geschäftsjahr 2006 wurden im Vergleich zum investitionsstarken Geschäftsjahr 2005 in einem geringeren Umfang Akquisitionen getätigt. Für Investitionen in Sachanlagen, immaterielle Vermögensgegenstände sowie Finanzanlagen inklusive Kaufpreiszahlungen wurden im Geschäftsjahr 2006 1.092 Mio. € aufgewandt (Vorjahr: 2.565 Mio. €). Hiervon entfielen 502 Mio. € (Vorjahr: 568 Mio. €) auf Sachanlagen, von denen der überwiegende Teil bei Arvato zum Einsatz kam. In immaterielle Ver-

Investitionen

in Mio. €	2006	2005
RTL Group	204	768
Random House	85	47
Gruener + Jahr	200	384
BMG	50	59
Arvato	422	494
Direct Group	110	228
Corporate/Übrige	21	585
Summe	1.092	2.565

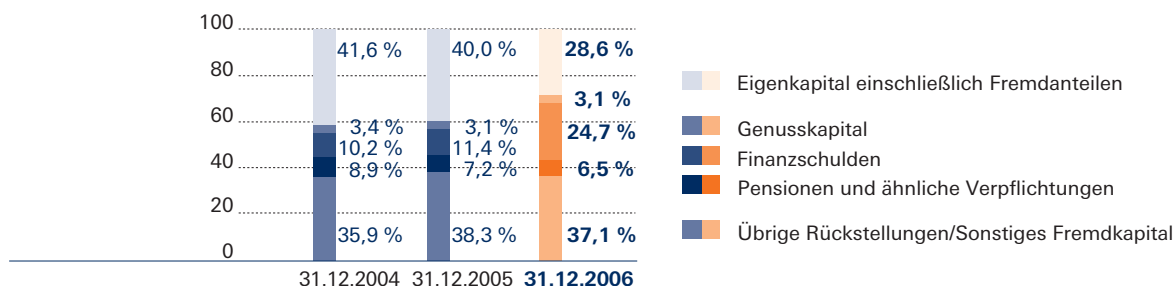
mögensgegenstände wurden 154 Mio. € (Vorjahr: 204 Mio. €) investiert. Diese betrafen im Wesentlichen die RTL Group. Für Investitionen in Finanzanlagen wurden 2006 31 Mio. € (Vorjahr: 59 Mio. €) aufgewandt. Die Kaufpreiszahlungen für konsolidierte Beteiligungen (abzüglich liquider Mittel) reduzierten sich deutlich auf 405 Mio. € (Vorjahr: 1.734 Mio. €). Sie betrafen die Aufstockung der Anteile am Tiefdruckunternehmen Maul Belser, von 75 auf 100 Prozent sowie eine Vielzahl von kleineren Akquisitionen in allen Geschäftsbereichen.

Bilanz

Insgesamt reduzierte sich die Bilanzsumme gegenüber dem Vorjahr leicht um 0,4 Mrd. € auf 22,5 Mrd. €. Änderungen in der Bilanzstruktur sind größtenteils auf den Rückkauf des GBL-Anteils zurückzuführen. Bedingt durch diesen Rückkauf ist das Eigenkapital zum Ende des Geschäftsjahres von 9.170 Mio. € auf 6.429 Mio. € gesunken. Damit ergab sich eine Eigenkapitalquote von 28,6 Prozent (Vorjahr: 40,0 Prozent). Gegenüber dem Vorjahr verringerte sich das auf die Aktionäre der Bertelsmann AG entfallende Eigenkapital um 3,0 Mrd. € auf 5,3 Mrd. €.

Bilanzstruktur Passiva

in Prozent



Im Berichtszeitraum wurden finanzielle Mittel in Höhe von 200 Mio. € dem Bertelsmann Pension Trust e.V. zugeführt. Die Pensionsrückstellungen reduzierten sich von 1.647 Mio. € auf 1.472 Mio. €. Die wirtschaftlichen Finanzschulden erhöhten sich auf 6.760 Mio. € gegenüber 3.931 Mio. € zum Geschäftsjahresende 2005. Die Bilanz enthält die finanziellen Effekte der Einbeziehung der Put-Optionen von Minderheitsgesellschaftern. Die bereits heute geringen finanziellen Auswirkungen der existierenden Put-Optionen werden in den nächsten Jahren weiter abnehmen.

Genusskapital

Zum 31. Dezember 2006 betrug der Nennwert des Genusskapitals 516 Mio. € (31. Dezember 2005: 516 Mio. €), nach Berücksichtigung des Agios ergab sich ein Genusskapitalvolumen von 706 Mio. € (31. Dezember 2005: 706 Mio. €). Hierbei entfallen 97 Prozent des nominalen Genusskapitals auf die Genussscheine 2001 (ISIN DE0005229942) und 3 Prozent auf die Genussscheine 1992 (ISIN DE0005229900).

Die Genussscheine 2001 sind an den Börsenplätzen in Frankfurt und Düsseldorf zum amtlichen Handel zugelassen. Die Notierung erfolgt in Prozent des Nominalwerts. Im Geschäftsjahr 2006 notierte der Höchstkurs in Frankfurt bei 256,50 Prozent, der Tiefstkurs bei 223,75 Prozent. Nach den Genussscheinbedingungen beträgt die Ausschüttung für jedes volle Geschäftsjahr 15 Prozent auf den Grundbetrag. Sie wird grundsätzlich immer dann geleistet, wenn ausreichend Konzerngewinn und Jahresüberschuss der Bertelsmann AG zur Verfügung stehen. Diese Voraussetzungen wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr erfüllt. Daher wird für die Genussscheine 2001 auch für das Geschäftsjahr 2006 eine Ausschüttung von 15 Prozent auf den Grundbetrag erfolgen.

Aufgrund des geringen Volumens weisen die in Frankfurt notierten Genussscheine 1992 einen nur noch bedingt liquiden Börsenhandel auf. Im Geschäftsjahr 2006 lag der Höchstkurs bei 162,20 Prozent, der Tiefstkurs bei 136,99 Prozent. Für die Genussscheine 1992 richtet sich die Ausschüttung nach der Gesamtkapitalrendite des Konzerns, die als Steuerungskennzahl inzwischen nicht mehr maßgeblich ist. Da im Geschäftsjahr 2006 eine Gesamtkapitalrendite von 11,69 Prozent (Vorjahr: 5,97 Prozent) erzielt wurde, beträgt die Ausschüttung auf die Genussscheine 1992 diesmal 12,69 Prozent (Vorjahr: 6,97 Prozent) des Grundbetrags.

Die Ausschüttung auf beide Genussscheine wird voraussichtlich am 15. Mai 2007 erfolgen und rund 77 Mio. € umfassen. Laut den Genussscheinbedingungen kontrolliert der Abschlussprüfer der Bertelsmann AG, ob die Gewinnausschüttung zutreffend ermittelt wurde. Hierüber liegt für beide Genussscheine eine Bescheinigung des Abschlussprüfers vor.

Vorstellung der Bereiche des Konzerns

RTL Group

Die RTL Group, Europas führende TV-, Radio- und Fernsehproduktionsgruppe, hat im Geschäftsjahr 2006 sowohl den Umsatz als auch den operativen Gewinn deutlich gesteigert. Die Umsatzrendite erreichte 14,8 Prozent (Vorjahr: 14,8 Prozent).

Der Umsatz legte vor allem dank erhöhter Werbeeinnahmen und signifikanter Zuwächse im Fernsehproduktionsgeschäft um 10,3 Prozent auf 5,6 Mrd. € (Vorjahr: 5,1 Mrd. €) zu. Das Operating EBIT stieg durch eine verbesserte Performance in fast allen Kerngeschäften um 10,4 Prozent auf 835 Mio. € (Vorjahr: 756 Mio. €). Die Zahl der Mitarbeiter wurde durch eine geänderte Erfassungsmethodik zum Jahresende auf 11.307 angepasst (31. Dezember 2005: 8.970, bei vergleichbarem Ausweis 11.113 Mitarbeiter).

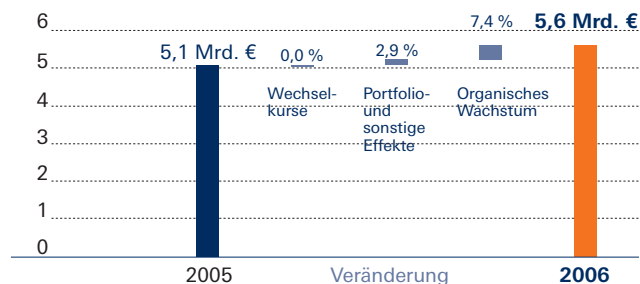
Strategisch prägend waren 2006 die Einführung digitaler Kanäle sowie der Ausbau der Diversifikationsgeschäfte. Der Anteil nicht werbeabhängiger Geschäfte am Gesamtumsatz wurde auf 39,0 Prozent (Vorjahr: 38,0 Prozent) gesteigert, beispielsweise durch das Mobilfunkangebot M6 Mobile in Frankreich, das bereits mehr als 767.000 Kunden zählt. Im Zuge der Digitalisierung arbeitet die RTL Group an zahlreichen neuen Geschäftsmodellen zur Ergänzung ihrer Kernaktivitäten im Free-TV, darunter Video-on-Demand, Online-Communitys, IPTV und Handy-TV.

Auf die zunehmende Fragmentierung der Fernsehmärkte antwortet die RTL Group mit neuen Programmangeboten für enger definierte Zielgruppen. So startete Europas größter Entertainment-Konzern in Deutschland drei digitale Spartenkanäle zur Stärkung der Senderfamilie um RTL Television sowie zwei weitere in Großbritannien, die nun zusammen mit Five eine Senderfamilie bilden.

Die Entwicklung der Zuschauermarktanteile war 2006 von den beiden Großereignissen FIFA Fußball-WM in Deutschland und Olympische Winterspiele in Turin beeinflusst, die in den meisten Ländern von den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten übertragen wurden. Den Sendern der RTL Group gelang es dennoch, ihre Quoten überwiegend stabil zu halten oder sogar zu steigern.

Die deutsche Senderfamilie verbesserte Ertragslage und Werbe-marktposition bei nahezu gleich bleibendem Zuschauermarktanteil. Vox gewann als einziger etablierter privater Fernseh-

Umsatzanalyse

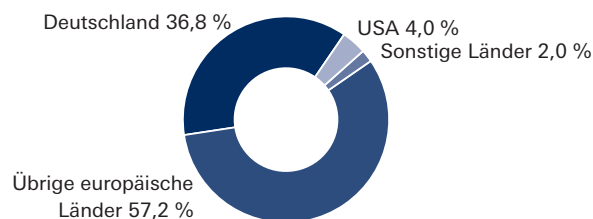


sender Sehermarktanteile hinzu. In Frankreich zahlten sich Programminvestitionen und die erfolgreiche Positionierung der M6-Senderfamilie aus: Die Zuschauerquoten wurden dort bei weiterhin hohem Ertragsniveau gesteigert. In den Niederlanden blieben die Zuschauermarktanteile trotz eines neuen Wettbewerbers auf hohem Niveau, die Profitabilität wurde deutlich erhöht. Der 2004 gestartete Sender RTL Televizija in Kroatien erreichte bereits im zweiten vollen Jahr des Bestehens den Break-even. In Großbritannien führten ein deutlicher Rückgang des TV-Werbemarkts und die hohe Wettbewerbsintensität zu Einbußen bei Werbeeinnahmen und Zuschauermarktanteilen. Die TV-Produktionstochter Fremantle Media steigerte Umsatz und Ertrag dank einer Vielzahl international erfolgreicher Formate, insbesondere in den USA.

Zu den wichtigsten Transaktionen der RTL Group zählte 2006 die von M6, Vivendi und TF1 beschlossene Neuordnung der französischen Pay-TV-Aktivitäten um Canal+ und TPS.

Umsatz nach Regionen

in Prozent*



* Ohne Innenumsätze

Random House

Die international führende Buchverlagsgruppe Random House hat Umsatz und Gewinn bei weiterhin nur geringem Wachstum der globalen Buchmärkte gesteigert. Die Umsatzrendite erreichte 9,3 Prozent (Vorjahr: 9,1 Prozent).

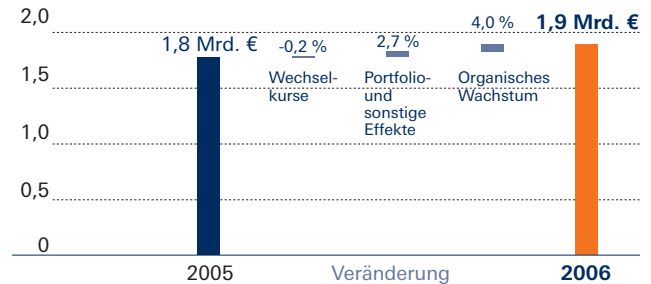
Der Umsatz legte dank zahlreicher Bestseller und kleinerer Akquisitionen um 6,5 Prozent auf 1,9 Mrd. € (Vorjahr: 1,8 Mrd. €) zu. Das Operating EBIT erreichte 182 Mio. € (Vorjahr: 166 Mio. €) und lag damit um 9,6 Prozent höher. Hinter dem Gewinnanstieg stehen eine verbesserte Performance in Nordamerika und Deutschland sowie die anhaltend hohe Profitabilität der Random House Group UK. Die Zahl der Mitarbeiter stieg bis zum Jahresende auf 5.804 (31. Dezember 2005: 5.468).

Das Geschäftsjahr 2006 war für Random House von einer Vielzahl schriftstellerischer und verlegerischer Erfolge gekennzeichnet. So gelang es Random House in den USA, 201 Titel auf den Bestsellerlisten der »New York Times« zu platzieren, 37 davon schafften es auf Platz 1 – mehr als bei jedem anderen Verlag und mehr als jemals zuvor in der Geschichte des Hauses. Zu den größten Erfolgen zählten »The Audacity of Hope« von Barack Obama, »The Innocent Man« (»Der Gefangene«) von John Grisham, »The Husband« von Dean Koontz und »The Devil Wears Prada« (»Der Teufel trägt Prada«) von Lauren Weisberger.

In Großbritannien stellte die Random House Group mehr als ein Viertel aller Titel auf den nationalen Bestseller-Listen der »Sunday Times«, darunter 56 Mal die Nummer 1. Die Taschenbuchausgabe des Ausnahmestillers »The Da Vinci Code« von Dan Brown, die parallel zur Romanverfilmung auf den Markt gebracht wurde, ging in den USA, Großbritannien und Australien mit rund sieben Millionen Exemplaren in Druck. Damit setzt sich der spektakuläre Erfolg des Buchs fort. In Spanien brach Random House Mondadori alle Bestseller-Rekorde mit dem binnen weniger Monate mehr als eine Million Mal verkauften Roman »La Catedral del Mar« von Ildefonso Falcones.

In Deutschland startete die Verlagsgruppe Random House erfolgreich den Taschenbuchverlag Pantheon für anspruchsvolle Sachbücher. In Indien und Südafrika widmeten sich die dortigen neuen Verlagseinheiten der Buchgruppe vorrangig der Autorenentwicklung.

Umsatzanalyse

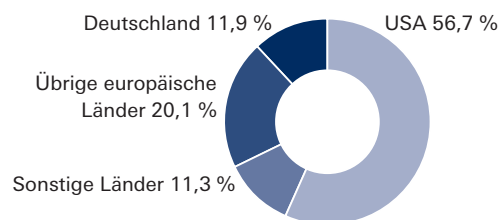


Zu den wichtigsten Portfoliabewegungen zählte im Berichtszeitraum der Erwerb eines Mehrheitsanteils am renommierten Sachbuchverlag BBC Books in Großbritannien, der nunmehr zu den Verlagen der Random House Group UK zählt. Mit der Akquisition der christlichen Verlagshäuser Gerth Medien in Deutschland und Multnomah Publishers in den USA wurde zudem jeweils der Programmbereich Lebenshilfe und Religion ausgebaut. In Südkorea wurden alle noch ausstehenden Anteile des dortigen Verlagsgeschäfts erworben, das künftig unter Random House Korea firmiert.

Random-House-Autoren wurden 2006 zahlreiche prestigeträchtige internationale Literaturpreise zuerkannt, darunter der Literaturnobelpreis für den türkischen Schriftsteller Orhan Pamuk, den Random House in den USA, Kanada, Spanien und Lateinamerika verlegt.

Umsatz nach Regionen

in Prozent*



* Ohne Innenumsätze

Gruner + Jahr

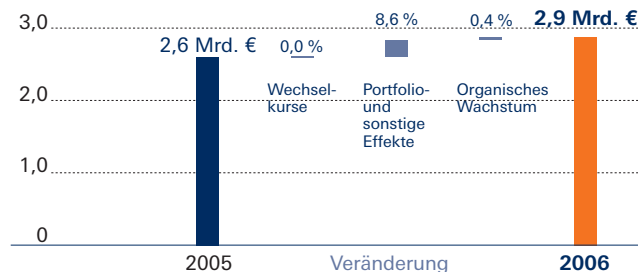
Europas größter Zeitschriftenverlag Gruner + Jahr hat im Berichtszeitraum den Umsatz und den operativen Ertrag gesteigert. Die Umsatzrendite erreichte 9,7 Prozent (Vorjahr: 9,5 Prozent).

Der Umsatz nahm um 9,0 Prozent auf 2,9 Mrd. € zu (Vorjahr: 2,6 Mrd. €). Zu diesem Anstieg trugen bei überwiegend stabilen Stammgeschäften im In- und Ausland vor allem die ganzjährige Einbeziehung des zusammen mit Arvato und der Axel Springer AG betriebenen Tiefdruckunternehmens Prinovis sowie die Mehrheitsbeteiligung an der Motor Presse Stuttgart bei. Auch neu eingeführte Titel leisteten einen positiven Beitrag. Das Operating EBIT lag trotz gestiegener verlegerischer Investitionen mit 277 Mio. € um 10,8 Prozent über dem Vorjahresergebnis von 250 Mio. €. Der Zuwachs resultierte aus einer positiven Ergebnisentwicklung des Stammgeschäfts in Deutschland und Frankreich bei erhöhten Investitionen in neue Titel und den Aufbau einer Tiefdruckerei von Prinovis in Liverpool sowie aus Portfolio- und Sondereffekten. Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich zum Jahresende auf 14.529 (31. Dezember 2005: 13.887).

Strategisch war die Entwicklung von Gruner + Jahr 2006 von der Initiative »Expand your Brand« geprägt, die die Vermarktung neuer Produkte sowie den Aufbau neuer Services auf Basis der starken Zeitschriftenmarken des Hauses vorsieht. Das Unternehmen setzt dabei auf multimediale Aktivitäten wie Internet-Communitys und -Plattformen sowie auf einen Ausbau von Geschäftsfeldern wie Merchandising und Events rund um die Zeitschriftenmarken. Des Weiteren nutzt Gruner + Jahr seine hohe Vermarktungskompetenz zunehmend für multimediale Angebote wie digitales Fernsehen oder mobile Inhalte.

Die Kernmärkte Deutschland und Frankreich entwickelten sich trotz hohen Wettbewerbsdrucks stabil. In Deutschland führte Gruner + Jahr mit »Emotion« und »Dogs« zwei neue Titel ein. Von den seit 2004 eingeführten Titeln entwickelten sich vor allem »Neon« und »View« positiv und auch die Stammtitel (»Stern«, »Brigitte«, »Gala«) zeigten eine erfreuliche Performance. Die »Financial Times Deutschland« konnte ihr Anzeigengeschäft deutlich steigern. In Frankreich wurde der wöchentliche Frauentitel »Jasmin« in schwierigem Vertriebsumfeld gestartet. Die 14-täglichen TV-Titel »TV Grandes Chaines« und »Télé 2 Semaines« steigerten ihr Ergebnis deutlich und verbesserten die starke Marktposition von Prisma Presse damit weiter.

Umsatzanalyse



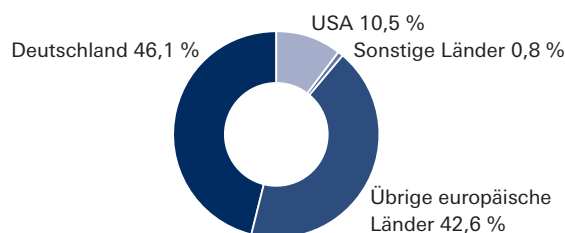
In Österreich konnte die Verlagsgruppe News ihre Profitabilität erhöhen und die Marktführerschaft ausbauen, und auch in Spanien verzeichnete Gruner + Jahr trotz der Einstellung von »Gala« eine insgesamt gute Geschäftsentwicklung.

Gruner + Jahr engagierte sich 2006 verstärkt in Wachstumsmärkten, so etwa mit dem Einstieg bei der chinesischen Gesellschaft Boda, die Gruner + Jahr zum zweitgrößten Magazinverlag in China aufsteigen ließ, und der Gründung eines Magazin-Joint-Venture mit Sanoma International in Serbien, Kroatien und Slowenien. In mehreren Ländern Südosteuropas wurden »Geo«-Ausgaben eingeführt und damit die Internationalisierung des Titels fortgesetzt.

Im Tiefdruckbereich expandierte Prinovis mit der Eröffnung einer hochmodernen Druckerei in Liverpool (siehe auch Arvato). Insgesamt war der Druckbereich von unverändert hohem Konkurrenz- und Preisdruck geprägt.

Umsatz nach Regionen

in Prozent*



* Ohne Innenumsätze

BMG

Der Unternehmensbereich BMG, der sich aus der 50-Prozent-Beteiligung am Joint Venture Sony BMG Music Entertainment und der Verlagstochter BMG Music Publishing zusammensetzt, verzeichnete im Geschäftsjahr 2006 angesichts eines weiter schrumpfenden Musikmarkts Rückgänge beim Umsatz und operativen Ertrag. Die Umsatzrendite erreichte 8,6 Prozent (Vorjahr: 8,3 Prozent). Durch den im September vereinbarten Verkauf von BMG Music Publishing an Universal Music Group und die Entkonsolidierung der Verlagsgeschäfte zum 31. Dezember 2006 besteht der Unternehmensbereich künftig hauptsächlich aus Sony BMG.

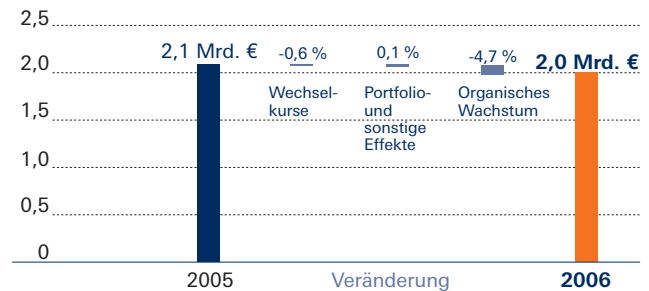
Der Umsatz von BMG verringerte sich um 5,2 Prozent auf 2,0 Mrd. € (Vorjahr: 2,1 Mrd. €) und das Operating EBIT um 2,3 Prozent auf 173 Mio. € (Vorjahr: 177 Mio. €), wobei der Ergebnismrückgang allein auf das Tonträgergeschäft zurückzuführen ist. Den Hintergrund bildet ein weiterer Rückgang des weltweiten Musikmarkts um rund 7 Prozent, maßgeblich bedingt durch schrumpfende CD-Absätze, wie sie bei leicht verbessertem Marktanteil auch Sony BMG zu verzeichnen hatte. Parallel dazu erhöhte das Unternehmen den Anteil der digitalen Formate am Gesamtumsatz von 7 auf 12 Prozent: Sony BMG steigerte den Absatz von Downloads und Abonnements über Online- und Mobilfunkplattformen und etablierte zugleich die Vermarktung von Musikvideoinhalten.

Beim Ergebnis stand der Margenverlust bei Sony BMG einem höheren operativen Gewinn bei BMG Music Publishing und dem Wegfall von Amortisationen auf Musikrechte nach dem unterstellten effektiven Verkaufszeitpunkt gegenüber. Die positive Entwicklung bei BMG Music Publishing und hohe Kostensenkungen aus der Restrukturierung von Sony BMG konnten die Margenverluste aus dem geringeren Produktabsatz aber nur teilweise ausgleichen.

Zum Jahresende wurden dem Bereich BMG 3.009 Mitarbeiter (31. Dezember 2005: 3.736) zugerechnet, wobei der Rückgang primär den Wegfall von BMG Music Publishing widerspiegelt. Die Mitarbeiterzahl entspricht nunmehr dem Anteil an Sony BMG.

An der Spitze von Sony BMG löste Anfang 2006 der langjährige Bertelsmann-Manager Rolf Schmidt-Holtz den Sony-Manager Andrew Lack ab. Infolgedessen wurde die Restrukturierung ausgedehnt auf die Integration der Country-Labels in Nashville, die Reorganisation der Sony Music US Label Group, die Zusammenlegung des US-Vertriebs für physische und digitale Formate sowie die Bündelung des US-Kataloggeschäfts.

Umsatzanalyse



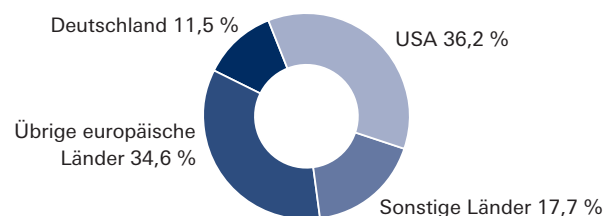
Sony BMG veröffentlichte 2006 vier der Top-Ten-Alben in den USA, darunter »FutureSex/LoveSounds« von Justin Timberlake, »B'Day« von Beyoncé und »Taking the Long Way« von den Dixie Chicks. Insgesamt 16 neue Alben stiegen auf Platz 1 in die US-Album-Charts ein, womit Sony BMG vor allen anderen Musikunternehmen lag.

Im September 2006 vereinbarten Bertelsmann und die Universal Music Group den Verkauf von BMG Music Publishing für 1,6 Mrd. € mit Wirkung zum 30. Juni 2006. Bis zur endgültigen kartellrechtlichen Freigabe verbleibt das Unternehmen bei Bertelsmann. Der Kaufpreis wurde zum Jahresende 2006 vereinnahmt.

Zu den wesentlichen Geschäftsvorfällen zählt auch, dass das Europäische Gericht erster Instanz am 13. Juli 2006 die Freigabe der EU-Kommission für den Zusammenschluss des Tonträgergeschäfts von BMG und Sony Music zu Sony BMG Music Entertainment aufhob (siehe Risikobericht S. 86).

Umsatz nach Regionen

in Prozent*



* Ohne Innenumsätze

Arvato

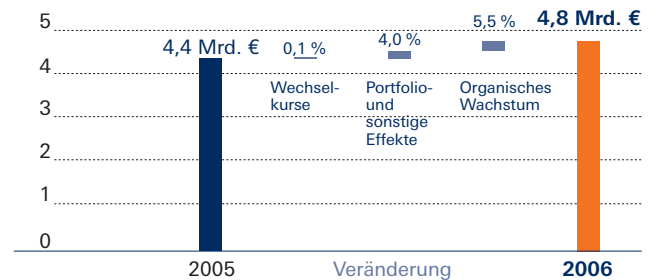
Der internationale Medien- und Kommunikationsdienstleister Arvato steigerte seinen Umsatz 2006 spürbar. Auch der operative Ertrag legte zu. Die Umsatzrendite erreichte 7,7 Prozent (Vorjahr: 7,8 Prozent).

Der Umsatz erhöhte sich im Berichtszeitraum um 9,6 Prozent auf 4,8 Mrd. € (Vorjahr: 4,4 Mrd. €). Der Anstieg ist zum überwiegenden Teil auf organisches Wachstum zurückzuführen, aber auch auf Portfolioeffekte wie die nunmehr ganzjährige Vollkonsolidierung des gemeinsam mit G+J und der Axel Springer AG betriebenen Tiefdruckunternehmens Prinovis und der Infoscore-Gruppe. Das Operating EBIT stieg 2006 um 7,6 Prozent auf 367 Mio. € (Vorjahr: 341 Mio. €) und damit nicht ganz so stark wie der Umsatz. Gründe sind Anlauf- und Integrationsaufwendungen sowie hohe Wettbewerbsintensität und anhaltender Preisdruck insbesondere in den Geschäftsbereichen Tiefdruck und Logistik. Das deutliche Wachstum bei Arvato spiegelt sich auch in einem Anstieg der Zahl der Mitarbeiter im Jahr 2006 auf 46.584 (31. Dezember 2005: 42.706) wider.

Die bei Arvato Services gebündelten Dienstleistungsgeschäfte entwickelten sich 2006 weiterhin dynamisch. Sie profitierten vor allem von einer starken Nachfrage im Bereich Service-Center sowie von einer sehr guten Performance auf dem französischen Markt und im deutschen Kundenbindungsgeschäft. Die Aktivitäten rund um das Outsourcing von Geschäftsprozessen wurden in Kernmärkten nachhaltig ausgeweitet. Im englischen East Riding lief das Pilotprojekt zur Übernahme behördlicher Dienstleistungen durch Arvato Services erfolgreich an.

Arvato Print behauptete sich gut in einer angespannten Marktlage: Bei den Druckereien in den USA und Italien sowie bei Prinovis wirkten sich hoher Preisdruck und Überkapazitäten ergebnismindernd aus. Die im Offsetdruck tätige Mohn-Media-Gruppe verbesserte hingegen 2006 ihr Ergebnis. Im italienischen Tregiglio und im britischen Liverpool (Prinovis) nahmen hochmoderne Tiefdruckereien den Betrieb auf. Die konzernübergreifenden Projekte zur FIFA Fußball-WM 2006, die von Arvato Print federführend gesteuert wurden, konnten mit Gewinn abgeschlossen werden und die Basis für weitere Geschäfte im Segment Event Publishing legen.

Umsatzanalyse

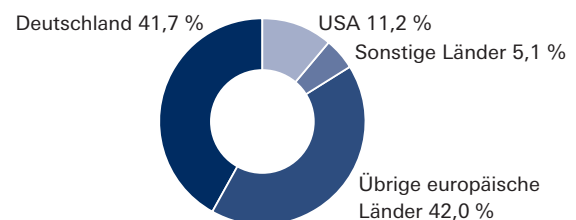


Der Speichermediengruppe Arvato Storage Media gelang es, trotz hohen Konkurrenzdrucks 2006 sowohl im CD- als auch im DVD-Segment Marktanteile hinzuzugewinnen. Der Geschäftsbereich startete mit der vollstufigen Produktion von HD-DVDs und Blu-ray Discs, einer neuen Generation von optischen Speichermedien. In Louisville (USA) wurde in Kooperation mit Arvato Print ein neues Distributions- und Dienstleistungszentrum für die US-Entertainmentbranche eröffnet.

Der IT-Dienstleister Arvato Systems baute sein Produkt- und Dienstleistungsportfolio insbesondere für Unternehmen aus der Medienbranche nachhaltig aus und verbreiterte seine externe Kundenbasis erneut, gleiches gilt für den Geschäftszweig Arvato Mobile. Die »White Label«-Downloadplattform GnaB startete mit Kundenanwendungen unter anderem in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Spanien.

Umsatz nach Regionen

in Prozent*



* Ohne Innenumsätze

Direct Group

Die Direct Group mit ihren Buch-, DVD-, Musik-Clubs und Buchhandlungen weist für 2006 einen kräftigen Anstieg beim Umsatz und beim operativen Ertrag aus und untermauert damit ihre Rückkehr zu Wachstum und Profitabilität. Die Umsatzrendite erreichte 4,1 Prozent (Vorjahr: 2,2 Prozent).

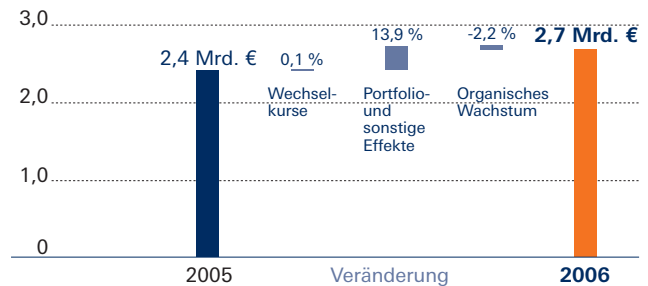
Der Umsatz stieg um 11,8 Prozent auf 2,7 Mrd. € (Vorjahr: 2,4 Mrd. €), was in erster Linie auf die 2006 erworbenen Buchhandelsketten Forum Alsatia (Frankreich) und Bertrand (Portugal) sowie die erstmals ganzjährige Konsolidierung der Vorjahresakquisitionen Columbia House (USA) und Librairies Privat (Frankreich) zurückzuführen ist. Portfoliobereinigt war der Umsatz leicht rückläufig. Höhere Umsätze verzeichnete insbesondere das weiterhin dynamisch wachsende Clubgeschäft in Osteuropa. Das Operating EBIT konnte die Direct Group mit 110 Mio. € (Vorjahr: 53 Mio. €) verdoppeln. Dieser überproportionale Ergebniszuwachs wird auf breiter Front von vielen Clubs getragen und von weiterhin striktem Kostenmanagement gestützt. Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich zum Jahresende, vor allem bedingt durch Akquisitionen, auf 14.996 (31. Dezember 2005: 13.717).

Das Clubgeschäft in Deutschland schaffte im Berichtszeitraum die Ertragswende. Die Restrukturierung und die programmliche Neuausrichtung griffen; erstmals seit mehreren Jahren erzielte Der Club Bertelsmann wieder ein klar positives Ergebnis. Auch der britische Club BCA hat nach umfassenden Kostensenkungsmaßnahmen sowie der Optimierung von Service und Sortiment den Turnaround geschafft und die Gewinnschwelle erreicht. In den USA wurde die Integration der Musik- und DVD-Clubs BMG Columbia House erfolgreich und schneller als geplant abgeschlossen.

Das Internetgeschäft der Direct Group entwickelte sich erneut dynamisch. Der weltweite Online-Umsatz des Unternehmensbereichs belief sich auf rund 500 Mio. €. Die Online-Clubs »Zooba.com« und »Yourmusic.com« in den USA wiesen 2006 viel versprechende Wachstumsraten auf.

In Europa führte die Direct Group ihre Strategie einer engeren Verzahnung der Clubgeschäfte mit dem stationären Buchhandel konsequent fort. In Frankreich und in Portugal wurden die erworbenen Buchhandelsketten integriert, in Spanien der Aufbau eines eigenen Buchhandelsgeschäfts eingeleitet.

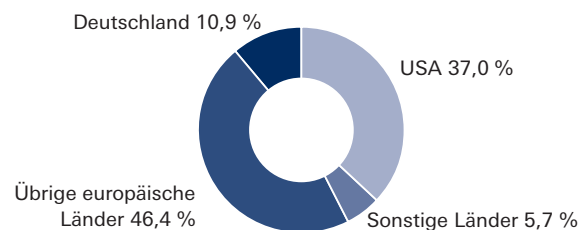
Umsatzanalyse



Parallel dazu setzte die Direct Group auf eine stetige Verbesserung ihrer Angebote und Services, auf die Optimierung der Neukundenwerbung und auf schlankere Kostenstrukturen, um die Attraktivität der Clubs und deren Profitabilität weiter zu erhöhen. Viel versprechend entwickelten sich neue Angebote wie der Kinderclub »Tu Circulo« in Spanien, der binnen weniger Monate mehr als 175.000 Mitglieder gewann, oder ein Schüler-Tutoring-Programm in China, das die Direct Group zusammen mit einem südkoreanischen Partner startete. Das Tutoring-Geschäft basiert dabei sowohl auf Online-Betreuung als auch auf Unterricht in eigens eingerichteten Schüler-Lernzentren.

Umsatz nach Regionen

in Prozent*



* Ohne Innenumsätze

Corporate

Der Bereich Corporate, der das Corporate Center des Bertelsmann-Konzerns und die Corporate Investments umfasst, hat sein Ergebnis 2006 auf -77 Mio. € verbessert, nach -115 Mio. € im Vorjahr. Die geringeren Kosten im Berichtszeitraum sind vor allem auf einen im Vorjahr enthaltenen Aufwand für Prozesskosten zurückzuführen. Der Bereich zählte zum Jahresende 903 Mitarbeiter (31. Dezember 2005: 932).

Aufgabe des Corporate Centers ist es, den Konzernvorstand bei der Konzernsteuerung und die Unternehmensbereiche bei der Führung der operativen Geschäfte zu unterstützen. Dies geschieht mit Hilfe der Kompetenzbereiche Controlling & Strategie, Mergers & Acquisitions, Konzernentwicklung, Technologie, Finanzen, Bilanzen, Steuern, Revision, Personal, Recht, Kommunikation sowie Ethics & Compliance. Zu den Corporate Investments gehören unter anderem Venture-Capital-Aktivitäten und die Minderheitsbeteiligung von Bertelsmann an Lycos Europe.

Die Arbeit des Corporate Centers war im Berichtszeitraum von der Vorbereitung, Umsetzung und Finanzierung des Rückkaufs des 25,1-Prozent-Anteils der GBL an der Bertelsmann AG geprägt. Hierzu zählte auch die Begebung zweier Euro-Benchmark-Anleihen und der Verkauf des Musikverlagsgeschäfts BMG Music Publishing, mit deren Hilfe der Rückkauf der Bertelsmann-Anteile zum Teil refinanziert wurde. Darüber hinaus koordinierte das Corporate Center die im Jahresverlauf 2006 abgeschlossene Analyse der wichtigsten Geschäftsfelder von Bertelsmann durch die BCG.

Im Bereich Corporate Investments wurde das Management eines neu gegründeten und mit 50 Mio. € Startkapital ausgestatteten Venture-Capital-Fonds namens Bertelsmann Digital Media Investments (BDMI) angesiedelt, der den Zugang zu neuen Technologien und Geschäftsmöglichkeiten im Bereich digitaler Medien vorantreiben soll. Die Investitionen erfolgen in enger Koordination mit den Unternehmensbereichen von Bertelsmann.

Zum Jahresende wurde ein Verbindungsbüro in Peking eingerichtet, das direkt dem Vorstandsvorsitzenden zuarbeitet. Aufgabe ist die Interessenvertretung von Bertelsmann in Asien sowie die Unterstützung der Unternehmensbereiche bei der Gründung von Neugeschäften und Akquisitionen.

Das Corporate Center steuerte im Herbst eine breit angelegte Mitarbeiterbefragung, die zum zweiten Mal seit 2002 international realisiert wurde und ein hohes Maß an Zufriedenheit und Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen erbrachte.

Die Bertelsmann AG

Lage der Bertelsmann AG

Die Bertelsmann AG übernimmt als operative Management-Holding die Leitungsfunktion für den Bertelsmann-Konzern sowie Aufgaben des Beteiligungsmanagements und der Finanzierung. Einige Bereiche des Corporate Centers (siehe S. 83) übernehmen zusätzliche Dienstleistungsfunktionen. Die Gewinnausschüttungen von Tochtergesellschaften sowie Erlöse aus Leistungen für Tochtergesellschaften sind die wichtigsten Einnahmequellen der AG. Zum Ende des Geschäftsjahres 2006 betrug das Eigenkapital der Bertelsmann AG 6,3 Mrd. € (Vorjahr: 10,4 Mrd. €). Die Hauptursache für die Minderung des Eigenkapitals war der Rückkauf des GBL-Anteils. Die Bertelsmann AG erreichte eine Bilanzsumme von 13,9 Mrd. € (Vorjahr: 13,1 Mrd. €). Der Jahresüberschuss lag bei 752 Mio. € (Vorjahr: 1.358 Mio. €), der Bilanzgewinn bei 765 Mio. € (Vorjahr: 1.150 Mio. €).

Aktionärsstruktur

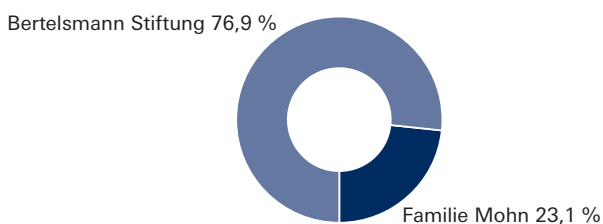
Seit dem Rückkauf des Anteils der GBL an Bertelsmann werden die Kapitalanteile der Bertelsmann AG zu 76,9 Prozent von der Bertelsmann Stiftung und zu 23,1 Prozent von der Familie Mohn mittelbar gehalten. In der Hauptversammlung der Bertelsmann AG übt die Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft (BVG) die Stimmrechte zu 100 Prozent aus.

Mitarbeiter

Auch im Jahr 2006 verzeichnete Bertelsmann wie in vorangegangenen Jahren einen Nettozuwachs an Mitarbeitern. Weltweit beschäftigte der Bertelsmann-Konzern zum Ende des Ge-

Aktionärsstruktur – Kapitalanteile

in Prozent



schäftsjahres 97.132 Mitarbeiter (Vorjahr: 91.559¹⁾). Der Anstieg um 5.573 Mitarbeiter ist neben organischem Wachstum unter anderem auf Akquisitionen zurückzuführen. Zum Ende des Geschäftsjahres beschäftigte das Unternehmen in Deutschland 1.239 Auszubildende (Vorjahr: 1.074).

Als Basis seines unternehmerischen Erfolgs sieht Bertelsmann die auf den vier Grundwerten Partnerschaft, Unternehmergeist, Kreativität und gesellschaftliche Verantwortung aufbauende Unternehmenskultur des Hauses. Auftrag und Grundwerte des Unternehmens sind in den seit 1998 bestehenden und 2005 gemeinsam von Unternehmensführung, Mitarbeitervertretern und Gesellschaftern novellierten Bertelsmann Essentials festgehalten. Die Umsetzung einer partnerschaftlichen Unternehmenskultur ist das übergeordnete Ziel der Personalarbeit bei Bertelsmann. Im Geschäftsjahr 2006 bildeten hierbei folgende Themen Arbeitsschwerpunkte:

Die Bertelsmann University, die als bereichsübergreifende Plattform zur strategischen Weiterentwicklung der Geschäftsbereiche und zur individuellen Entwicklung der Führungskräfte dient, bot erneut State-of-the-Art-Foren zu Themen aus dem Bereich Marketing und Technologie an. Im Rahmen dieser Foren konnten sich Experten aus den verschiedenen Bereichen des Unternehmens über Best-Practices austauschen. Auch die Internationalisierung der regionalen Programme zur Führungskräfteentwicklung wurde fortgesetzt.

Im Bereich der Gesundheitsförderung hat Bertelsmann seine Angebote weiter ausgebaut. 2006 wurden in Deutschland schrittweise Gesundheits-Check-ups für Vollzeitbeschäftigte über 45 Jahre eingeführt.

Die Bertelsmann AG gehört zu den Vorreitern der betrieblichen Gewinnbeteiligung. Bereits 1970 wurde sie bei Bertelsmann in Deutschland als Instrument zur Beteiligung der Mitarbeiter am gemeinsam erwirtschafteten Erfolg eingeführt. Im Frühjahr 2006 erhielten 13.500 Mitarbeiter der deutschen Bertelsmann-Firmen aus dem Ergebnis des Geschäftsjahres 2005 eine Gewinnbeteiligung in Höhe von 7,2 Mio. €. Die RTL Group, Gruner + Jahr und auch zahlreiche Bertelsmann-Firmen außerhalb Deutschlands verfügen über eigene Gewinnbeteiligungsmodelle.

¹⁾ Die Mitarbeiterzahlen des Vorjahres wurden entsprechend der geänderten Erfassungsmethodik angepasst.

Inwieweit die Unternehmenskultur des Hauses tatsächlich in der täglichen Arbeit und im Umgang miteinander gelebt wird, überprüft Bertelsmann seit 1977 in regelmäßigen Abständen mit Hilfe detaillierter Mitarbeiterbefragungen. Konzernweit werden solche Befragungen alle vier Jahre realisiert, seit 2002 auch auf internationaler Ebene. Im September 2006 wurden weltweit mehr als 75.000 Bertelsmann-Mitarbeiter nach ihrer Meinung und ihren Erfahrungen befragt. Mit 84,5 Prozent konnte eine Rekordbeteiligung erzielt werden. Die Ergebnisse zeigen, dass bei fast allen abgefragten Themenfeldern eine höhere Zufriedenheit besteht als bei der vorangegangenen Konzernbefragung von 2002. Die Ergebnisberichte wurden nach der Befragung in den jeweiligen Abteilungen intensiv ausgewertet. Ergebnisdiskussionen finden zusätzlich in verschiedenen Gremien mit Mitarbeitern, Führungskräften sowie den Gesellschaftern statt, um adäquate Maßnahmen für alle Ebenen des Unternehmens abzuleiten.

Gesellschaftliche Verantwortung

Als eines der vier Bertelsmann Essentials ist die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung seit Jahrzehnten fest in der Bertelsmann Unternehmenskultur verankert. Mit einem Sozialbericht legt Bertelsmann bereits seit 1974 regelmäßig Rechenschaft über sein Engagement abseits wirtschaftlicher Leistungskennzahlen ab. Im abgeschlossenen Geschäftsjahr erschien zum zweiten Mal ein internationaler Corporate Responsibility-Report, der erstmals in vier Sprachen veröffentlicht wurde (Download möglich unter www.bertelsmann.de). Im Jahr 2007 soll ein eigenes Internetportal die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung des Unternehmens dokumentieren.

Auch im Geschäftsjahr 2006 wurden die Aktivitäten der Personalarbeit durch ein umfangreiches Engagement in verschiedenen Bereichen ergänzt. Wie bereits in der Vergangenheit bildeten Projekte für Kreativität, Kultur und Bildung einen besonderen Schwerpunkt. Als internationales Medienunternehmen fühlt sich Bertelsmann der Förderung von Kulturtechniken und Medienkompetenz in besonderem Maße verpflichtet. Zum Beispiel veranstalteten mehrere Bertelsmann-Unternehmen Lesungen, Bücherpartys, Autorenabende und Diskussionsrunden rund um den Welttag des Buchs.

Forschung und Entwicklung

Innovative und marktgerechte Produkte und Dienstleistungen sichern die Wettbewerbsfähigkeit von Bertelsmann und bilden die Grundlage für weiteres Wachstum. Dementsprechend spielt die kontinuierliche Forschung und Entwicklung (F&E) bei Bertelsmann eine wichtige Rolle. Die einzelnen Unternehmensbereiche und Profit Center von Bertelsmann betreiben F&E in den für sie relevanten Bereichen. F&E im traditionellen Sinne ist bei Bertelsmann von untergeordneter Bedeutung, vielmehr kann F&E bei Bertelsmann am zutreffendsten mit verlegerischen Investitionen, Analysen von Zielgruppen und neuen Märkten sowie Investitionen in Artists & Repertoire verglichen werden. Für die RTL Group ist unter anderem die frühzeitige Identifikation von neuen Programmtrends sowie die Entwicklung Erfolg versprechender Formate von strategischer Bedeutung. Die Verleger und Lektoren von Random House arbeiten fortlaufend daran, neue Formate, Titel und Autoren zu entwickeln und aufzubauen. Gruner + Jahr befasst sich mit der Erforschung der genauen Leser- beziehungsweise Nutzerstruktur seiner Angebote und der Entwicklung neuer Titel. Bei BMG beinhaltet F&E zum Beispiel die Entdeckung und Entwicklung von Künstlern (Artists & Repertoire). Arvato versteht unter F&E das Testen neuer Geschäftsmodelle am Markt, und für die Direct Group fallen die Suche und der Aufbau neuer Wachstumsfelder in den Forschungs- und Entwicklungsbereich. Bei der Vielzahl von Innovationen im Konzern sind Forschungs- und Entwicklungskosten kaum differenzierbar und werden deshalb nicht gesondert quantifiziert.

Sonstige Informationen

Beschlüsse der Hauptversammlung und Änderungen im Aufsichtsrat

Im Geschäftsjahr 2006 gab es Änderungen im Aufsichtsrat der Bertelsmann AG, die im Einzelnen im Bericht des Aufsichtsrats auf S. 92 aufgeführt sind. Auf der ordentlichen Hauptversammlung am 22. Mai 2006 war neben diversen Änderungen im Aufsichtsrat der Bertelsmann AG der Beschluss zur Gewinnverwendung ein wesentliches Ergebnis.

Auf einer außerordentlichen Hauptversammlung am 28. Juni 2006 wurde der Vorstand unter anderem zum Erwerb und zur Einziehung eigener Aktien nach den Vorschriften über die Herabsetzung des Grundkapitals ermächtigt. Die Einziehung der Aktien und die Kapitalherabsetzung wurden am 30. August 2006 in das Handelsregister eingetragen.

Auf einer außerordentlichen Hauptversammlung am 6. Juli 2006 wurde beschlossen, das herabgesetzte Grundkapital der Bertelsmann AG aus Gesellschaftsmitteln zu erhöhen. Die Eintragung dieser Kapitalerhöhung in das Handelsregister datiert vom 11. Oktober 2006. Seitdem beträgt das Grundkapital der Gesellschaft wie vor dem Rückkauf des GBL-Anteils 1,0 Mrd. €.

Nachtragsbericht

Auf einer Sitzung am 19. Januar 2007 hat der Aufsichtsrat der Bertelsmann AG Hartmut Ostrowski mit Wirkung zum 1. Januar 2008 zum Vorstandsvorsitzenden der Bertelsmann AG bestellt. Sein Nachfolger als Vorstandsvorsitzender des Unternehmensbereichs Arvato und Vorstandsmitglied der Bertelsmann AG wird zum gleichen Datum Rolf Buch, bis dahin Vorsitzender der Geschäftsführung Arvato Direct Services. Der Bertelsmann-Vorstandsvorsitzende Gunter Thielen wird mit Wirkung zum 1. Januar 2008 in den Aufsichtsrat wechseln, um dort den Vorsitz zu übernehmen. Der Aufsichtsratsvorsitzende Dieter Vogel wird sein Amt niederlegen, allerdings Gesellschafter der BVG bleiben.

Die Entscheidung des Europäischen Gerichts erster Instanz vom 13. Juli 2006 erfordert die erneute Prüfung des Zusammenschlusses des Gemeinschaftsunternehmens Sony BMG durch die EU-Kommission. Am 31. Januar 2007 haben Bertelsmann und Sony den aktualisierten Antrag zur Gründung des Gemeinschaftsunternehmens Sony BMG bei der EU-Kommission eingereicht, so dass die Kommission mit einer erneuten Untersuchung beginnen konnte. Die Entscheidung der Kommission wird bis Jahresmitte 2007 erwartet. Die Gesellschafter sind zuversichtlich, dass am Ende dieses erneuten Prüfverfahrens wiederum eine Genehmigung erwartet werden kann.

Am 2. Februar 2007 hat sich die RTL Group entschlossen, ihren gesamten Anteil an der portugiesischen Mediengruppe Grupo Media Capital an die spanische Grupo Prisa zu verkaufen.

Im November 2006 hat die RTL Group ihre restlichen Anteile an dem Sportrechtevermarkter Sportfive in Höhe von 25 Prozent an das französische Unternehmen Lagardère verkauft. Die Entkonsolidierung von Sportfive erfolgte im Februar 2007.

Aufgrund der günstigen Kapitalmarktsituation hat Bertelsmann am 22. Februar 2007 eine variabel verzinsliche Anleihe (Floating Rate Note) mit einem Volumen von 650 Mio. € und einer Laufzeit von zwei Jahren am Kapitalmarkt platziert. Mit dem Emissionserlös hat Bertelsmann den Zwischenkredit zur Finanzierung des Aktienrückkaufs von der GBL teilweise zurückgeführt.

Risikobericht

Risikofrüherkennungs-System

Ziel des Risikofrüherkennungs-Systems ist es, frühzeitig bestandsgefährdende Risiken für Bertelsmann zu identifizieren um adäquate Gegenmaßnahmen ergreifen zu können. Zur Früherkennung verfügt Bertelsmann über ein integriertes Risikomanagement-System, das sich als fester Bestandteil der Unternehmensführung etabliert hat. Es wird kontinuierlich weiterentwickelt und ist in die laufende Berichterstattung eingebunden. Das System erstreckt sich auf alle Unternehmensbereiche und Profit Center im Konzern. Die Wirksamkeit wurde im Rahmen der Jahresabschlussprüfung geprüft. Der Konzernabschlussprüfer stellte fest, dass der Vorstand die nach § 91 Abs. 2 AktG geforderten Maßnahmen insbesondere zur Einrichtung eines Überwachungssystems in geeigneter Weise getroffen hat, und dass das Überwachungssystem grundsätzlich geeignet ist, Entwicklungen, die den Fortbestand des Konzerns gefährden, frühzeitig zu erkennen.

Risikomanagement-Prozess

Der Prozess des Risikomanagements folgt anerkannten nationalen und internationalen Normen und ist in die Teilschritte Identifikation, Quantifizierung, Steuerung und Überwachung gegliedert. Schwerpunkt der Risikoidentifikation ist die Risikoinventur, die jährlich die wesentlichen strategischen und operativen Risiken der Unternehmenstätigkeit vom Profit Center aufwärts identifiziert und dann stufenweise auf Divisionsebene und auf Konzernebene zusammenfasst. Durch diese Bottom-up-Vorgehensweise ist sichergestellt, dass Risiken am Ort ihrer Wirksamkeit erfasst werden. Den identifizierten Risiken werden die entsprechenden Steuerungsmaßnahmen gegenüberge-

stellt und das so genannte Nettorisiko ermittelt. Die Risikoüberwachung durch das Management erfolgt fortlaufend.

Wesentliche Risiken

Die folgenden wesentlichen Risiken für den Bertelsmann-Konzern und für die Bertelsmann AG wurden im Rahmen der Risikoberichterstattung identifiziert:

Bertelsmann ist aufgrund seiner internationalen Aktivitäten einer Reihe von Finanzrisiken ausgesetzt. Hierzu zählen insbesondere Zins- und Währungsrisiken. Diese Risiken werden im Wesentlichen zentral durch den Bereich Finanzen auf Basis einer durch den Vorstand festgelegten Richtlinie gesteuert. Derivative Finanzinstrumente werden dabei ausschließlich zu Sicherungszwecken eingesetzt. Bertelsmann setzt Währungsderivate (Währungsswaps, Devisentermingeschäfte) insbesondere zur Sicherung von bilanzierten und zukünftigen Transaktionen ein, die einem Wechselkursrisiko unterliegen. Bei einigen festen Abnahmeverpflichtungen (Firm Commitments) in Fremdwährung erfolgt bei Vertragsabschluss lediglich eine Teilsicherung, die fortlaufend erweitert wird. Eine Reihe von Tochtergesellschaften sind außerhalb des Euroraums angesiedelt. Die Steuerung der sich hieraus ergebenden Translationsrisiken erfolgt auf Basis des Verhältnisses zwischen den wirtschaftlichen Finanzschulden und dem Operating EBITDA. Hierbei orientiert sich Bertelsmann langfristig an der für den Konzern definierten Höchstgrenze für den Leverage Faktor. Translationsrisiken aus Nettoinvestitionen in ausländische Gesellschaften werden nicht abgesichert. Zinsderivate werden zur ausgewogenen Steuerung des Zinsänderungsrisikos zentral eingesetzt. Die Fristigkeitsstruktur der zinstragenden Finanzpositionen wird auf zwei Ebenen gesteuert. Erstens durch die Wahl entsprechender Zinsbindungsfristen bei den originären liquiditätswirksamen Finanzaktiva und -passiva und zweitens durch den Einsatz von Zinsderivaten (weitere Erläuterungen siehe S. 100 im Konzernanhang).

Die Umsatzerlöse der Fernsehsender der RTL Group sind in hohem Maße von Werbeeinnahmen abhängig. Um dem Risiko einer Verschlechterung auf dem TV-Werbemarkt entgegenzuwirken, verfolgt die RTL Group nachdrücklich das Ziel, ihre Zuschauermarktanteile zu halten und auszubauen, da die Werbekunden de facto Zuschaueranteile und -reichweiten kaufen. Parallel dazu reduziert die RTL Group weiter die Abhängigkeit

von Werbeeinnahmen durch Diversifikation der Umsatzbasis. Internationale Sport- und Filmrechte werden in der Regel auf US-Dollar-Basis erworben. Wesentliche Änderungen des Wechselkurses können somit eine direkte Auswirkung auf die Rentabilität der RTL Group haben. Zur Begrenzung des Währungsrisikos sichert die RTL Group derartige Risiken in Abhängigkeit von der Laufzeit ab.

Random House ist weltweit in reifen Märkten mit hohem Konkurrenzdruck tätig. In diesen Märkten ist ein erhöhter Druck auf die Gewinnmargen im Kampf um Marktanteile zu spüren. Zugleich muss vor dem Hintergrund der konjunkturellen Entwicklungen das sich ändernde Konsumentenverhalten antizipiert werden. Random House reagiert auf diese Risiken unter anderem mit einer weiteren Diversifikation der Produktpalette. Die Konzentration auf eine geringe Anzahl von Kunden mit hohen Forderungsbeträgen in den USA erhöht das Risiko von Forderungsausfällen für Random House. Die Verlagsgruppe schließt Versicherungen für Forderungsausfälle ab, soweit dies ökonomisch sinnvoll ist.

Bei Gruner + Jahr könnten in erster Linie Markt- oder Wettbewerbsrisiken zu Umsatz- und Ergebnisrückgang führen. Dabei wird aktuell das Risiko abnehmender Vertriebsumsätze höher eingeschätzt als das Risiko abnehmender Anzeigenumsätze. Neben konjunktur- und kaufkraftabhängigen Einflüssen liegen die Gründe auch in geändertem Lese- und Konsumverhalten sowie im Auftreten neuer, vorwiegend nutzergenerierter Medienangebote im Umfeld von Web 2.0. Für die erkannten Risiken sind Gegenmaßnahmen geplant beziehungsweise bereits eingeleitet.

Der Markt für physische Tonträger schrumpft weiterhin in den meisten Ländern in einem hohen Maße. Dieser Rückgang kann nur zum Teil durch die Wachstumsraten der digitalen Musikverkäufe kompensiert werden. Zusätzlich verteilen die Konsumenten ihre Ausgaben auf verschiedenste Formen von Freizeitunterhaltung. Noch ist nicht sicher absehbar, wie diese Trends Umsatz und Ergebnis von Sony BMG beeinflussen werden. Sony BMG reagiert auf die sich ändernde Nachfrage durch Entwicklung hochwertiger Unterhaltungsinhalte und neuer Angebote im physischen und digitalen Markt. Zugleich werden neue Absatzwege entwickelt.

Der Unternehmensbereich Arvato verfolgt seit Jahren eine auf drei Säulen basierende Wachstumsstrategie. Dazu gehören die Gewinnung neuer Kunden, die Erschließung neuer Länder und die Ausweitung des Produkt- und Dienstleistungsportfolios. Das angestrebte Wachstum soll dabei zu gleichen Teilen organisch und akquisitorisch erfolgen. Durch die Heterogenität und Flexibilität der Organisation versucht Arvato, Risiken durch den Verlust eines Großkunden oder die Integration von Neugeschäften und Akquisitionen zu begegnen. Dadurch wird es auch möglich, sich in einem dynamischen Marktumfeld mit hohem Wettbewerbsdruck erfolgreich zu bewegen und konjunkturelle Risiken aufzufangen.

Für die Direct Group bleibt die größte Herausforderung die Akquirierung von Neukunden und der Erhalt des Mitgliederbestands. Diesem Risiko wird vor allem durch Erschließung neuer Märkte und die Optimierung der Werbekosten begegnet. Verändertes Kaufverhalten bei Medienprodukten sowie die weiter zunehmende Konkurrenz bei nur leicht wachsenden Märkten erhöhen den Margendruck, dem durch fortgesetzte Anpassung der Infrastruktur und Aufbau neuer Geschäftsmodelle entgegengewirkt wird.

Als international tätiges Unternehmen ist Bertelsmann auch einer Vielzahl von rechtlichen Risiken ausgesetzt. Dies gilt insbesondere für Rechtsstreitigkeiten in den USA, in denen es in Deutschland nicht bekannte Rechtsinstitute wie Sammelklagen, Strafschadenersatz oder einen prozessualen Ausforschungsbeweis gibt. Die Ergebnisse von gegenwärtig anhängigen oder künftigen Gerichtsverfahren können nicht mit Sicherheit vorhergesehen und nicht in vollem Umfang beeinflusst werden. Mögliche rechtliche Risiken können sich aus den nachfolgend beschriebenen Verfahren ergeben:

Verschiedene Musikverlage (im Wege der Sammelklage) und die Record Labels EMI und UMG haben im Frühjahr 2003 gegen die Bertelsmann AG Klage vor einem New Yorker Bundesgericht eingereicht. Die Kläger behaupten, Bertelsmann habe durch die Vergabe von Darlehen an die inzwischen in Konkurs gegangene Musiktaschbörse Napster den Fortbestand des ansonsten nicht länger überlebensfähigen Unternehmens gewährleistet und somit zu Urheberrechtsverletzungen durch Napster und

deren Nutzer beigetragen. Ferner habe Bertelsmann Napster im Herbst 2000 faktisch übernommen und so Napsters Tagesgeschäft kontrolliert. Die so genannte Pre-Trial-Discovery wurde im Wesentlichen Ende April 2006 abgeschlossen. Sie hat keinerlei Beweise für die tatsächlichen oder rechtlichen Behauptungen der Kläger erbracht. Folglich hat sich an Bertelsmanns Einschätzung, wonach die Behauptungen und rechtlichen Theorien der Kläger unhaltbar sind und jeder faktischen oder rechtlichen Grundlage entbehren, nichts geändert. Neben einer Rückstellung für mögliche zukünftige Vergleiche mit Dritten (siehe Kapitel Sondereinflüsse S. 71) hat Bertelsmann Rückstellungen für seine zu erwartenden Anwaltskosten gebildet. Im Juli 2006 hat Bertelsmann eine »Motion for Summary Judgement« eingebracht, mit der die völlige Abweisung der Klagen angestrebt wird. Mit einer Entscheidung des Gerichts wird Mitte 2007 gerechnet. Im September 2006 hat Bertelsmann einen außergerichtlichen Vergleich mit UMG abgeschlossen und sich bereit erklärt, UMG einen Gesamtbetrag von 60 Mio. US-Dollar (einschließlich Anwaltskosten) zu zahlen. Infolgedessen hat UMG auf alle angeblichen Ansprüche gegen Bertelsmann verzichtet und ihre Klage zurückgenommen. UMGs Musikverlag nimmt nicht länger an der Sammelklage der Musikverleger teil. Im Anschluss an diesen Vergleich hat Bertelsmann zu verstehen gegeben, dass es auf dieser Berechnungsbasis auch zu außergerichtlichen Einigungen mit Dritten, die Bertelsmann ebenfalls wegen der Finanzierung der Musiktaschbörse Napster in den USA verklagt haben oder sich derartiger Ansprüche berümen, bereit wäre.

Risiken ergeben sich aus der Entscheidung des Europäischen Gerichts erster Instanz vom 13. Juli 2006, die Fusionsfreigabe der EU-Kommission für Sony BMG als Gemeinschaftsunternehmen von Sony Corporation und Bertelsmann aufzuheben. Gegen dieses Urteil haben Sony und Bertelsmann Rechtsmittel beim Europäischen Gerichtshof eingelegt. Parallel dazu wurde der Antrag zur Gründung des Gemeinschaftsunternehmens aktualisiert. Im Zuge dieser neuerlichen Untersuchung kann die Europäische Kommission den Zusammenschluss erneut ohne Auflagen freigeben, unter Auflagen freigeben oder die Parteien dazu verpflichten durch geeignete Maßnahmen die Voraussetzungen für einen effektiven Wettbewerb wiederherzustellen.

Gesamtrisiko

Im Geschäftsjahr 2006 wurden für die Bertelsmann AG keine bestandsgefährdenden Risiken festgestellt. Ebenso sind aus heutiger Sicht keine Risiken ersichtlich, die den Fortbestand des Konzerns gefährden könnten.

Chancen

Das im Jahr 2005 vom Vorstand gestartete Projekt »Wachstumschancen und Entwicklungspotenziale« wurde im ersten Halbjahr 2006 abgeschlossen. Es diente der detaillierten Analyse künftiger Chancen und Herausforderungen, die sich aus verändertem Konsumentenverhalten, aus technologischen Entwicklungen und aus Veränderungen der Werbeformen ergeben können. Das gemeinsam mit der Beratungsgesellschaft BCG durchgeführte Projekt bestätigte Bertelsmann ein Geschäftsportfolio mit überwiegend starken Marktpositionen, langfristigen Zukunftsperspektiven und nachhaltigem Wachstumspotenzial. Bertelsmann befasst sich kontinuierlich mit den technologischen Chancen und Herausforderungen auf den Medienmärkten, unter anderem mit Hilfe des neu geschaffenen Risikokapitalfonds BDMI. Chancen nutzt Bertelsmann konsequent auch mittels Engagement und Investitionen in Emerging Markets. Vor allem in den Märkten Asiens und Osteuropas sieht Bertelsmann Potenzial für zukünftiges Wachstum. 2006 richtete Bertelsmann in China eine Repräsentanz ein, Gruner + Jahr übernahm eine Mehrheitsbeteiligung an dem chinesischen Zeitschriftenverlag Boda. Arvato baute seine Service-Aktivitäten in osteuropäischen Ländern weiter aus, und die Direct Group setzte den Ausbau der Clubgeschäfte in der Ukraine und Russland fort. In den nächsten Jahren plant Bertelsmann seine Position insbesondere in Asien durch strategische Investitionen weiter auszubauen. Auch Kooperationen zwischen den Divisionen waren und sind ein wichtiges Instrument zur Sicherung des langfristigen Erfolgs von Bertelsmann. Wie bereits in der Vergangenheit erfolgreich umgesetzt, wird Bertelsmann auch künftig den Ausbau bereichsübergreifender Kooperationen anstreben. Ein Beispiel dafür war der divisionsübergreifende Lizenzerwerb umfangreicher Printrechte für die FIFA Fußball-WM 2006.

Prognosebericht

Das Wachstum der Weltwirtschaft wird sich nach den Einschätzungen des deutschen Sachverständigenrats zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung im Jahr 2007 bedingt durch die Entwicklung in den USA etwas abschwächen. Über das Jahr 2007 hinaus wird der weltwirtschaftliche Aufschwung voraussichtlich wieder an Fahrt gewinnen. Die hohen Energiepreise bleiben als grundsätzliches Risiko in den Jahren 2007 und 2008 bestehen.

Die Sachverständigen erwarten, dass die wirtschaftliche Dynamik in den USA vor dem Hintergrund sinkender Immobilienpreise, höherer Zinsen und einer verlangsamten Ausweitung des privaten Konsums an Kraft verlieren wird. Im Euroraum wird sich der konjunkturelle Aufschwung im kommenden Jahr weiter fortsetzen, allerdings dürfte er sich im Laufe des Jahres abschwächen. Die Impulse der Außenwirtschaft werden etwas nachlassen, und die Expansion der Inlandsnachfrage wird sich als Folge der strafferen Geldpolitik und einer insgesamt leicht dämpfenden Finanzpolitik leicht abschwächen. Eine ähnliche Entwicklung zeichnet sich auch für die deutsche Wirtschaft ab. Im Vergleich zum Jahr 2006 dürfte die Zuwachsraten geringer ausfallen. Dies ist auf den durch die Anhebung der Umsatzsteuer bedingten Kaufkraftentzug zurückzuführen. Gleichzeitig werden die Exporte, bedingt durch den starken Euro und die schwächere Weltkonjunktur, 2007 etwas geringer wachsen als im Jahr 2006.

Für das Jahr 2007 wird, vor dem Hintergrund der erwarteten gebremsten Entwicklung der Weltkonjunktur, in den für Bertelsmann relevanten Werbemärkten ein insgesamt verhaltenes Wachstum erwartet. Im Vergleich zu den klassischen Medienmärkten werden die Online-Werbemärkte im Jahr 2007 voraussichtlich erneut die stärksten Zuwachsraten verzeichnen können. Bei den TV-Werbemärkten in Deutschland wird mit einem moderaten Wachstum gerechnet. Das in Frankreich ab 2007 entfallende Verbot von Einzelhandelswerbung im Fernsehen lässt ein kräftiges Wachstum des dortigen TV-Werbemarkts erwarten. Es ist mit einer Verschiebung von Werbebudgets aus anderen Medien (zum Beispiel Radio, Zeitschriften) in die TV-Werbemärkte zu rechnen. Die Erwartungen an die Entwicklung der Buch- beziehungsweise Zeitungsmärkte in den Kernmärkten von Bertelsmann sind eher zurückhaltend.

Die weltweiten Musikmärkte werden sich 2007 weiterhin abschwächen. Während bei Musik-Downloads von deutlichen Zuwächsen auszugehen ist, dürfte der Umsatz aus dem Verkauf von physischen CDs und anderen Tonträgern weiter sinken.

Sofern die konjunkturellen Erwartungen eintreffen, geht Bertelsmann von einem Umsatz- und Ergebniswachstum für die Jahre 2007 und 2008 aus. Neben einem erwarteten organisch bedingten Wachstum sollen auch gezielte Akquisitionschancen unter Berücksichtigung der für das Jahr 2007 geplanten Investitionszurückhaltung genutzt werden. Das gemeinsam mit der BCG durchgeführte Projekt ergab, dass mittelfristig ein Umsatzwachstum für den Konzern von 5 bis 8 Prozent realistisch ist, das sich aus organischem und akquisitorischem Wachstum zusammensetzt. Auch in 2007 wird einer der Arbeitsschwerpunkte des Vorstands auf der Identifikation möglicher neuer Wachstumsgeschäfte sowie der Optimierung, Sicherung und Weiterentwicklung der Kerngeschäfte liegen.

Für das Geschäftsjahr 2007 plant die RTL Group, unter Berücksichtigung der oben genannten Erwartungen für die TV-Werbemärkte und trotz entfallender Ergebnisbeiträge der 2006 veräußerten Beteiligungen TPS und Sportfive, einen leichten Umsatz- und Ergebnisanstieg. Nahezu alle Geschäftsbereiche der RTL Group erwarten eine stabile Ergebnisentwicklung. Des Weiteren rechnet die RTL Group für 2007 mit leicht steigenden Zuschauermarktanteilen. Random House wird sich im Geschäftsjahr 2007 und 2008 weiterhin auf ein profitables Wachstum fokussieren und erwartet einen weiteren Umsatz- und Ergebnisanstieg. Gruner + Jahr plant für 2007 und 2008 eine Steigerung bei Umsatz und Ergebnis. Während im Zeitschriften- und Zeitungsgeschäft in 2007 Umsatzzuwächse erwartet werden, dürfte der Umsatz der Druckereien auf Vorjahresniveau bleiben. Vor dem Hintergrund der Entkonsolidierung von BMG Music Publishing und der Branchenerwartung eines fortgesetzten CD-Marktrückgangs rechnet BMG mit einem sprunghaften Umsatz- und Ergebnisrückgang. Bei Sony BMG soll der weltweite Marktanteil in 2007 gehalten und der Geschäftsanteil digitaler Formate weiter gesteigert werden. Die im Jahresverlauf 2006 umgesetzten sowie zu Jahresbeginn

2007 initiierten Restrukturierungsmaßnahmen stützen die Ergebnisentwicklung für dieses und die folgenden Jahre. Der Unternehmensbereich Arvato erwartet für 2007 und für 2008 erneut ein nachhaltiges Wachstum bei Umsatz und Ergebnis. Dieses Wachstum soll mit neuen Kunden, auf neuen Märkten und durch neue Dienstleistungen erzielt werden. Darüber hinaus werden sich operative Verbesserungen in allen Geschäftsbereichen positiv auswirken. Die Direct Group strebt für 2007 und 2008 eine Steigerung des Umsatzes im einstelligen Prozentbereich an, wobei das organische Wachstum einen maßgeblichen Beitrag liefern wird. Dieses Wachstum soll auf breiter Front von fast allen Geschäftsbereichen getragen werden. Die Ertragslage wird sich positiv entwickeln.

Die Bertelsmann AG geht davon aus, bis Ende 2007 ihre finanziellen Zielsetzungen wieder zu erreichen. Entsprechend soll sich der Leverage Faktor wieder der Zielmarke von 2,3 annähern. Ab 2008 dürfte der erwartete zusätzliche jährliche Finanzierungsspielraum von Bertelsmann wieder gut 1,0 Mrd. € umfassen. Mittelfristig wird eine Umsatzrendite von rund 10 Prozent angestrebt.

Den Prognosen liegt die gegenwärtige Geschäftsausrichtung des Bertelsmann-Konzerns zugrunde, die im Kapitel »Geschäft und Rahmenbedingungen« dargelegt ist. Generell spiegeln die Prognosen eine Risiko- und Chancenabwägung wider; sie basieren auf der operativen Planung und der mittelfristigen Vorschau für die Unternehmensbereiche. Alle Aussagen hinsichtlich der möglichen zukünftigen Entwicklung stellen Einschätzungen dar, die auf Basis der derzeit zur Verfügung stehenden Informationen getroffen wurden. Sollten die zu Grunde gelegten Annahmen nicht eintreffen und/oder weitere Risiken eintreten, können die tatsächlichen Ergebnisse von den erwarteten Ergebnissen abweichen. Eine Gewähr für die Angaben kann daher nicht übernommen werden.

Bericht zur Corporate Governance bei Bertelsmann

Das Streben nach moderner und verantwortungsvoller Corporate Governance ist von jeher Teil des Selbstverständnisses und wichtiges Element der Unternehmenskultur von Bertelsmann. Mit dem Deutschen Corporate Governance Kodex liegt ein anerkannter Beurteilungskatalog für gute Unternehmensführung und -kontrolle vor, der von der Bertelsmann AG als Leitlinie herangezogen wird.

Der Vorstand der Bertelsmann AG leitet das Unternehmen in eigener Verantwortung. Er informiert den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Gesamtunternehmen relevanten Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Finanz- und Ertragslage sowie über Risikolage und Risikomanagement. Der Aufsichtsrat überwacht den Vorstand und berät ihn in strategischen Fragen sowie bei wichtigen Geschäftsvorfällen. Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten intensiv und vertrauensvoll zusammen und kommen somit den Erfordernissen einer wirksamen Unternehmenskontrolle sowie der Notwendigkeit schneller Entscheidungsprozesse gleichermaßen nach. Grundsätzliche Fragen der Unternehmensstrategie und ihrer Umsetzung werden in gemeinsamen Klausuren offen diskutiert und abgestimmt. Für bedeutende Maßnahmen der Geschäftsführung bestehen Zustimmungsvorbehalte des Aufsichtsrats. Die Aktionäre nehmen ihre Rechte in der Hauptversammlung wahr und üben dort ihre Stimmrechte aus. Die Hauptversammlung entscheidet unter anderem über Satzungsänderungen sowie die Gewinnverwendung und wählt die Mitglieder des Aufsichtsrats. Die Mitglieder des Vorstands werden vom Aufsichtsrat bestellt. Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sind bei der Wahrnehmung ihrer Aufgaben dem Unternehmensinteresse verpflichtet.

Wesentlicher Bestandteil der Aufsichtsratsarbeit bei Bertelsmann ist seit langem die Delegation von Aufgaben an fachlich qualifizierte Ausschüsse. Damit werden Überwachungseffizienz und Beratungskompetenz des Aufsichtsrats erhöht. Neben dem Personalausschuss hat der Aufsichtsrat der Bertelsmann AG einen Strategie- und Investitionsausschuss, einen Prüfungs- und Finanzausschuss sowie einen Arbeitskreis der Mitarbeiter- und Führungskräftevertreter im Aufsichtsrat eingerichtet.

Umfang und Reichweite der Delegation von Kompetenzen und Aufgaben an die Ausschüsse werden in Evaluationsprozessen kontinuierlich hinterfragt. Die Größe und Zusammensetzung des Aufsichtsrats mit kompetenten Mitgliedern ist eine wesentliche Grundlage für die wirksame und unabhängige Aufsichtsratsarbeit bei Bertelsmann. Eine im vorherigen Geschäftsjahr durchgeführte umfangreiche Evaluation der Aufsichtsratsarbeit bei Bertelsmann hat deren hohe Effizienz bestätigt.

Seit dem Rückkauf des Anteils der GBL an Bertelsmann kontrolliert die Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft (BVG) 100 Prozent der Stimmrechte in der Hauptversammlung der Bertelsmann AG. Aufgaben der BVG sind die Wahrung der Interessen der Bertelsmann Stiftung und der Familie Mohn als Aktionäre der Bertelsmann AG sowie die Sicherung der Kontinuität der Unternehmensführung und auch der Unternehmenskultur von Bertelsmann. Gesellschafter der BVG sind drei Vertreter der Familie Mohn sowie drei weitere Gesellschafter, die von der Gesellschafterversammlung der BVG gewählt werden.

Die Bertelsmann AG ist nicht börsennotiert. Gleichwohl folgt die Bertelsmann AG weitgehend den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 12. Juni 2006, der vornehmlich auf börsennotierte Gesellschaften ausgerichtet ist. Ausnahmen macht die Bertelsmann AG insbesondere bei den Vorgaben des Kodex, die nach ihrem Verständnis auf Publikumsgesellschaften mit großem Aktionärskreis ausgerichtet sind. Die Vergütung der Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder wird nicht individualisiert und aufgegliedert veröffentlicht, diese ist den Aktionären der Bertelsmann AG gegenüber offengelegt. Auch sehen die D+O-Versicherungen keinen Selbstbehalt für Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder vor.

Der Vorstand Der Aufsichtsrat

Bericht des Aufsichtsrats



PROF. DR. DIETER H. VOGEL
Vorsitzender des Aufsichtsrats der Bertelsmann AG

Der Aufsichtsrat nahm im Geschäftsjahr 2006 die ihm nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben wahr. Er war in alle Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen eingebunden. Der Aufsichtsrat ist regelmäßig mündlich und schriftlich über die Entwicklung der Geschäfte, die Lage des Unternehmens einschließlich der Risikolage, die wesentlichen Investitionsvorhaben sowie den Finanzstatus unterrichtet worden. Er hat die strategische Weiterentwicklung des Unternehmens und die wichtigen Geschäftsvorfälle mit dem Vorstand diskutiert, Anregungen ausgesprochen und die Einhaltung der festgelegten Rahmenbedingungen für die Geschäftsführung der Gesellschaft überwacht. In einer ganztägigen Klausur hat der Aufsichtsrat darüber hinaus zusammen mit dem Vorstand grundsätzliche Fragen der Konzernstrategie erörtert.

Um seine Aufgaben möglichst effektiv wahrnehmen zu können, hat der Aufsichtsrat insgesamt drei Ausschüsse, den Personalausschuss, den Strategie- und Investitionsausschuss sowie den Prüfungs- und Finanzausschuss eingerichtet. Diese Ausschüsse bereiten die Themen, die im Plenum zu behandeln sind, vor.

Soweit dies gesetzlich zulässig ist, wurden in Einzelfällen Entscheidungsbefugnisse des Aufsichtsrats auf die Ausschüsse übertragen. Daneben besteht auch ein Arbeitskreis der Mitarbeitervertreter im Aufsichtsrat. Diese Aufteilung hat sich in der praktischen Arbeit des Aufsichtsrats ausgezeichnet bewährt.

Im Geschäftsjahr 2006 fanden vier ordentliche Aufsichtsratssitzungen und daneben eine außerordentliche Aufsichtsratssitzung in Form einer Telefonkonferenz statt. Der Strategie- und Investitionsausschuss tagte einschließlich Telefonkonferenzen sechs Mal. Der Personalausschuss trat vier Mal zusammen, der Prüfungs- und Finanzausschuss einschließlich Telefonkonferenzen sechs Mal. Der Arbeitskreis der Mitarbeitervertreter im Aufsichtsrat traf sich vier Mal. Über die Arbeit der Aufsichtsratsausschüsse wurde regelmäßig in den jeweils folgenden Sitzungen des Aufsichtsratsplenums ausführlich berichtet. Über Projekte und Vorhaben, die für die Gesellschaft von besonderer Bedeutung und Eilbedürftigkeit waren, wurde der Aufsichtsrat zwischen den Sitzungen schriftlich unterrichtet und – sofern erforderlich – um Meinungsbildung und Beschlussfassung gebeten. Der Aufsichtsratsvorsitzende stand auch außerhalb der Aufsichtsratssitzungen in regelmäßigem Dialog mit dem Vorstand und insbesondere mit dem Vorstandsvorsitzenden. Themen waren hierbei vor allem die aktuelle Geschäftslage sowie wesentliche Geschäftsvorfälle.

Der Konzernabschluss der Bertelsmann AG und der Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2006 sind von der KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Berlin, geprüft und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden. Die Schwerpunkte der Jahresabschlussprüfung waren zuvor im Prüfungs- und Finanzausschuss des Aufsichtsrats mit dem Abschlussprüfer des Konzerns festgelegt worden.

Die Prüfungsberichte der KPMG sowie die weiteren Abschlussunterlagen lagen allen Mitgliedern des Aufsichtsrats vor und wurden in der Bilanzsitzung des Prüfungs- und Finanzausschusses und der des Plenums des Aufsichtsrats behandelt, das Ergebnis der Prüfung wurde jeweils ausführlich erörtert. Der Abschlussprüfer hat im Prüfungs- und Finanzausschuss sowie im Plenum des Aufsichtsrats jeweils an der Bilanzsitzung teilgenommen und umfangreich Bericht erstattet sowie Fragen beantwortet. Der Aufsichtsrat hat das Ergebnis der Prüfung

durch den Abschlussprüfer zustimmend zur Kenntnis genommen. Nach dem abschließenden Ergebnis der eigenen Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts sind – so auch die Empfehlung des Prüfungs- und Finanzausschusses – keine Einwendungen zu erheben. Der Aufsichtsrat billigt den vom Vorstand aufgestellten Konzernabschluss.

Im Laufe des Geschäftsjahres ergaben sich folgende Veränderungen in der Zusammensetzung des Aufsichtsrats: Die Hauptversammlung der Bertelsmann AG hat am 22. Mai 2006 Dr. Wulf H. Bernotat, Vorstandsvorsitzender der E.ON AG, in den Aufsichtsrat gewählt. Gleichzeitig ist Christian van Thillo, Chief Executive Officer (CEO) der flämischen Mediengruppe De Persgroep NV, mit Ablauf seiner Amtszeit aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden. Nach dem vollzogenen Rückkauf der Anteile von der Groupe Bruxelles Lambert sind mit Wirkung zum 4. Juli 2006 André Desmarais, President und Co-Chief Executive Officer Power Corporation of Canada, Montréal, sowie Gilles Samyn, Managing Director der Frère-Bourgeois, aus dem Gremium ausgeschieden. Am 15. November 2006 hat die Hauptversammlung der Bertelsmann AG Christoph Mohn, Vorstandsvorsitzender der Lycos Europe N.V., in den Aufsichtsrat gewählt. Zum Jahresende 2006 war im Aufsichtsrat der Bertelsmann AG ein Sitz vakant.

Auch im Namen der Gesellschafter dankt der Aufsichtsrat den Herren van Thillo, Samyn und Desmarais für die vertrauensvolle Zusammenarbeit und ihre aktiven Beiträge für die Entwicklung des Unternehmens.

Im Vorstand der Bertelsmann AG gab es im abgelaufenen Geschäftsjahr folgende Veränderungen: Mit Wirkung zum 1. Januar 2006 wurde der bisherige Chief Financial Officer der RTL Group, Dr. Thomas Rabe, als Finanzvorstand in den Vorstand der Bertelsmann AG berufen. Der bisherige Finanzvorstand Dr. Siegfried Luther war zum 31. Dezember 2005 mit Ablauf seines Vertrags aus dem Vorstand der Bertelsmann AG ausgeschieden. Am 10. Februar 2006 ist Rolf Schmidt-Holtz zum CEO von Sony BMG Music Entertainment berufen worden und aus diesem Grund aus dem Vorstand der Bertelsmann AG ausgeschieden. Der Aufsichtsrat dankt Herrn Dr. Luther und Herrn Schmidt-Holtz für ihre langjährige, vertrauensvolle Tätigkeit im Konzern.

Im Geschäftsjahr 2006 entwickelten sich die Kernmärkte von Bertelsmann überwiegend positiv beziehungsweise stabil. Eine wesentliche Ausnahme bildeten die Musikmärkte, die weltweit ihren negativen Trend fortsetzten. Die insgesamt recht günstigen Rahmenbedingungen trugen zu einem organischen Wachstum und der Steigerung der Umsatzrendite des Konzerns im Vergleich zum Vorjahr bei.

Der Aufsichtsrat war in die Entscheidung über den Rückkauf der Anteile der Groupe Bruxelles Lambert an der Bertelsmann AG und in die Erarbeitung des zugrunde liegenden Finanzierungskonzepts eng eingebunden, das unter anderem die Rückführung der Finanzschulden durch den Verkauf von BMG Music Publishing vorsah. Wesentliche, vom Aufsichtsrat genehmigte Investitionen betrafen die Akquisition von Programmrechten für die TV-Sender der RTL Group und den Start zweier digitaler Sender in Großbritannien. Beide Maßnahmen stärken die Wettbewerbsposition der RTL Group als Bertelsmanns bedeutendste Ertragsquelle.

Im Laufe des Geschäftsjahres hat sich der Aufsichtsrat ausführlich über die Ergebnisse des konzernweiten Strategieprojekts »Wachstumschancen und Entwicklungspotenziale der Bertelsmann-Geschäfte« informieren lassen und die Ausrichtung der wichtigsten Geschäfte im Konzern-Portfolio im Hinblick auf die Kriterien Marktattraktivität und Wettbewerbsposition diskutiert.

Die Entwicklung der Finanzsituation des Konzerns haben Vorstand und Aufsichtsrat regelmäßig erörtert, um eine rasche Rückführung der im Jahresverlauf erhöhten Finanzschulden in den durch die internen Finanzierungsziele vorgegebenen Rahmen zu gewährleisten.

Der Aufsichtsrat spricht dem Vorstand für den unternehmerischen Erfolg im abgelaufenen Geschäftsjahr seine Anerkennung aus. Er dankt darüber hinaus den Führungskräften und Mitarbeitern für ihr Engagement und ihre Leistung.

Gütersloh, den 16. März 2007



Prof. Dr. Dieter H. Vogel

Gewinn- und Verlustrechnung

in Mio. €	Anhang	2006	2005
Umsatzerlöse	1	19.297	17.890
Sonstige betriebliche Erträge	2	670	591
Bestandsveränderungen		123	30
Andere aktivierte Eigenleistungen		245	217
Materialaufwand		-5.987	-5.328
Honorar- und Lizenzaufwand		-1.522	-1.500
Personalaufwand	3	-4.850	-4.458
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen	4	-681	-656
Sonstige betriebliche Aufwendungen	5	-5.526	-5.267
Ergebnis aus at equity bilanzierten Beteiligungen	6	86	76
Beteiligungsergebnis	6	12	15
Sondereinflüsse	7	1.161	61
EBIT (Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern)		3.028	1.671
Zinsertrag		143	170
Zinsaufwand		-358	-264
Übrige finanzielle Aufwendungen und Erträge	8	-212	-292
Finanzergebnis		-427	-386
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	9	-177	-244
Konzerngewinn		2.424	1.041
davon:			
Gewinnanteil Bertelsmann-Aktionäre		2.101	880
Gewinnanteil Minderheiten		323	161

Überleitung zum Operating EBIT

in Mio. €	Anhang	2006	2005
EBIT		3.028	1.671
Sondereinflüsse:	7		
– Außerplanmäßige Abschreibungen auf Firmenwerte, sonstige Finanzanlagen und Erträge aus Auflösung von negativen Firmenwerten		32	12
– Gewinne/Verluste aus Beteiligungsverkäufen		-1.410	-258
– Weitere Sondereinflüsse		217	185
Operating EBIT	28	1.867	1.610
Operating EBITDA	29	2.548	2.274

Bilanz

in Mio. €	Anhang	31.12.2006	31.12.2005
Aktiva			
Langfristige Vermögenswerte			
Geschäfts- oder Firmenwerte	10	7.655	7.755
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	10, 11	1.279	1.611
Sachanlagen	10, 12	2.830	2.785
Anteile an at equity bilanzierten Beteiligungen	10, 13	638	691
Sonstige Finanzanlagen	14	584	264
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	16	18	93
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	16	379	452
Aktive latente Steuern	9	553	420
		13.936	14.071
Kurzfristige Vermögenswerte			
Vorräte	15	2.191	2.108
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	16	3.179	3.205
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	16	1.917	1.963
Sonstige Finanzanlagen		15	39
Ertragsteuerforderungen		265	219
Liquide Mittel	17	986	1.036
		8.553	8.570
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte		9	291
		22.498	22.932
Passiva			
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital	18	1.000	1.000
Kapitalrücklagen		2.345	2.331
Gewinnrücklagen		1.992	4.997
AktionärsEigenkapital		5.337	8.328
Minderheitsanteile		1.092	842
		6.429	9.170
Langfristige Schulden			
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	19	1.472	1.647
Übrige Rückstellungen	20	142	105
Passive latente Steuern	9	231	273
Genusskapital	21	706	706
Finanzschulden	22	5.185	2.435
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	23	119	130
Übrige Verbindlichkeiten	23	672	576
		8.527	5.872
Kurzfristige Schulden			
Übrige Rückstellungen	20	567	646
Finanzschulden	22	383	179
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	23	3.672	4.022
Übrige Verbindlichkeiten	23	2.501	2.435
Ertragsteuerverbindlichkeiten		418	364
		7.541	7.646
Schulden der zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte		1	244
		22.498	22.932

Kapitalflussrechnung

in Mio. €	2006	2005
EBIT (Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern)	3.028	1.671
Gezahlte Ertragsteuern	-301	-253
Ab-/Zuschreibungen langfristiger Vermögenswerte	730	699
Gewinne/Verluste aus Beteiligungsverkäufen	-1.410	-258
Veränderung der Pensionsrückstellungen	-64	-22
Veränderung der sonstigen Rückstellungen	8	52
Sonstige Effekte	-128	-46
Veränderung des Nettoumlaufvermögens	-190	-52
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit	1.673	1.791
Investitionen in:		
– Immaterielle Vermögenswerte	-154	-204
– Sachanlagen	-502	-568
– Finanzanlagen	-31	-59
– Kaufpreiszahlungen für konsolidierte Beteiligungen (abzüglich liquider Mittel)	-405	-1.734
Erlöse aus dem Verkauf von Beteiligungen	1.648	353
Erlöse aus dem Verkauf von langfristigen Vermögenswerten	122	83
Erlöse aus dem Verkauf von Wertpapieren und sonstigen kurzfristigen Finanzanlagen	20	–
Einzahlung in den Bertelsmann Pension Trust e.V. (CTA)	-200	-360
Cash Flow aus Investitionstätigkeit	498	-2.489
Einzahlungen aus der Emission von Anleihen/Schuldscheindarlehen	1.488	495
Auszahlungen für Tilgung von Anleihen/Schuldscheindarlehen	-50	-185
Veränderung der übrigen Finanzschulden	1.587	-120
Gezahlte Zinsen	-291	-165
Veränderung des Eigenkapitals	-4.506	–
Dividenden Bertelsmann-Aktionäre und Minderheiten	-385	-414
Weitere Auszahlungen an Gesellschafter (IAS 32)	-41	-39
Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit	-2.198	-428
Zahlungswirksame Veränderung der liquiden Mittel	-27	-1.126
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderungen der liquiden Mittel	-23	70
Liquide Mittel am 1.1.	1.036	2.092
Liquide Mittel am 31.12.	986	1.036

Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung befinden sich in Textziffer 27

Veränderung der Nettofinanzschulden

in Mio. €	2006	2005
Nettofinanzschulden am 1.1.	-1.578	-52
Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit	1.673	1.791
Cash Flow aus Investitionstätigkeit	498	-2.489
Zinsen, Dividenden und Eigenkapitalveränderungen, weitere Zahlungen (IAS 32)	-5.223	-618
Wechselkursbedingte und sonstige Veränderungen der Nettofinanzschulden	48	-210
Nettofinanzschulden am 31.12.	-4.582	-1.578

Nettofinanzschulden sind der Saldo aus den Bilanzposten liquide Mittel und Finanzschulden

Eigenkapitalveränderungsrechnung

in Mio. €	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklagen	Gewinn- rücklagen	Kumuliertes übriges Eigenkapital			Aktionärs- eigenkapital	Minder- heitsanteile	Gesamt
				Währungs- kursverän- derung	Markt- bewertung Wertpapiere	Derivative Finanz- instrumente			
Stand 31.12.2004	1.000	2.331	4.474	-334	82	-43	7.510	1.212	8.722
Transaktionen mit Anteilseignern									
Dividende	-	-	-324	-	-	-	-324	-90	-414
Veränderung des übrigen kumulierten Eigenkapitals									
Währungskursveränderung	-	-	-	238	-	-	238	6	244
Übrige Veränderungen	-	-	-	-1	-39	45	5	39	44
Veränderung der Rücklagen									
Konzerngewinn	-	-	880	-	-	-	880	161	1.041
Übrige Veränderungen	-	-	19	-	-	-	19	-486	-467
Stand 31.12.2005	1.000	2.331	5.049	-97	43	2	8.328	842	9.170
Transaktionen mit Anteilseignern									
Dividende	-	-	-287	-	-	-	-287	-98	-385
Rückkauf eigener Anteile	-	-	-4.506	-	-	-	-4.506	-	-4.506
Veränderung des übrigen kumulierten Eigenkapitals									
Währungskursveränderung	-	-	-	-234	-	-	-234	-1	-235
Übrige Veränderungen	-	-	-	-4	-5	-20	-29	-33	-62
Veränderung der Rücklagen									
Konzerngewinn	-	-	2.101	-	-	-	2.101	323	2.424
Umbuchung	-	14	-14	-	-	-	-	-	-
Übrige Veränderungen	-	-	-36	-	-	-	-36	59	23
Stand 31.12.2006	1.000	2.345	2.307	-335	38	-18	5.337	1.092	6.429

Erläuterungen zur Eigenkapitalveränderungsrechnung befinden sich in Textziffer 18

Segmentberichterstattung Primäres Berichtsformat

	RTL Group		Random House		Gruner + Jahr		BMG		davon BMG Music Publishing	
in Mio. €	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005
Konzernumsatz	5.611	5.095	1.942	1.823	2.826	2.598	2.015	2.126	362	372
Innenumsatz	29	17	5	5	35	26	2	2	-	-
Umsatz der Bereiche	5.640	5.112	1.947	1.828	2.861	2.624	2.017	2.128	362	372
Operating EBIT	835	756	182	166	277	250	173	177	83	50
Sondereinflüsse	202	-17	-1	1	-20	124	1.119	-103	-	-
EBIT	1.037	739	181	167	257	374	1.292	74	83	50
Umsatzrendite in Prozent ¹⁾	14,8 %	14,8 %	9,3 %	9,1 %	9,7 %	9,5 %	8,6 %	8,3 %	22,9 %	13,4 %
Planmäßige Abschreibungen	178	186	38	41	84	81	70	87		
Investitionen ²⁾	204	768	85	47	200	384	50	59		
Segmentvermögen	7.350	7.387	1.965	1.998	1.897	1.789	1.777	2.864		
Segmentverbindlichkeiten	2.364	2.249	792	804	677	706	998	1.540		
Investiertes Kapital	4.986	5.138	1.173	1.194	1.220	1.083	779	1.324		
Ergebnis aus at equity bilanzierten Beteiligungen	72	63	-	-	13	12	1	3		
Anteile an at equity bilanzierten Beteiligungen	573	617	1	1	19	17	2	14		
Mitarbeiter (Bilanzstichtag)	11.307	11.113	5.804	5.468	14.529	13.887	3.009	3.736		
Mitarbeiter (Durchschnitt)	10.990	10.780	5.667	5.412	14.127	12.633	3.467	3.882		

¹⁾ Operating EBIT in Prozent vom Umsatz der Bereiche

²⁾ Abzüglich erworbener liquider Mittel

Sekundäres Berichtsformat

	Deutschland		Übriges Europa		USA		Sonstige Länder	
in Mio. €	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005
Konzernumsatz	5.910	5.313	8.507	7.836	3.804	3.669	1.076	1.072
Investiertes Kapital	4.292	4.360	5.645	6.061	2.325	2.459	647	565
Investitionen	341	1.192	514	1.084	124	233	113	56

Erläuterungen zur Segmentberichterstattung befinden sich in Textziffer 28

Arvato		Direct Group		Summe der Bereiche		Corporate		Konsolidierung/ Übrige		Summe Konzern	
2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005
4.231	3.868	2.646	2.365	19.271	17.875	15	15	11	-	19.297	17.890
551	497	19	19	641	566	2	-	-643	-566	-	-
4.782	4.365	2.665	2.384	19.912	18.441	17	15	-632	-566	19.297	17.890
367	341	110	53	1.944	1.743	-77	-115	-	-18	1.867	1.610
2	90	-13	-63	1.289	32	-125	29	-3	-	1.161	61
369	431	97	-10	3.233	1.775	-202	-86	-3	-18	3.028	1.671
7,7 %	7,8 %	4,1 %	2,2 %	9,8 %	9,5 %	-	-	-	-	9,7 %	9,0 %
233	210	64	40	667	645	18	19	2	-	687	664
422	494	110	228	1.071	1.980	16	585	5	-	1.092	2.565
3.148	3.012	1.453	1.415	17.590	18.465	2.458	2.477	-75	-86	19.973	20.856
1.367	1.382	611	644	6.809	7.325	243	150	12	-64	7.064	7.411
1.781	1.630	842	771	10.781	11.140	2.215	2.327	-87	-22	12.909	13.445
-1	-	1	1	86	79	-	-3	-	-	86	76
5	5	9	8	609	662	20	29	9	-	638	691
46.584	42.706	14.996	13.717	96.229	90.627	903	932	-	-	97.132	91.559
45.338	38.495	14.319	12.986	93.908	84.188	910	913	-	-	94.818	85.101

Konzern

2006	2005
19.297	17.890
12.909	13.445
1.092	2.565

Konzernanhang der Bertelsmann AG

Allgemeine Grundsätze

Der Konzernabschluss der Bertelsmann AG zum 31. Dezember 2006 wird nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellt, wie sie in der EU anzuwenden sind. Darüber hinaus werden alle geltenden Standards und Interpretationen des International Accounting Standards Board (IASB) berücksichtigt. Ergänzend werden die nach § 315a HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften beachtet.

Auswirkungen von neuen Rechnungslegungsstandards

Die dem vorliegenden Konzernabschluss zugrunde liegenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen grundsätzlich den im Vorjahr angewandten Methoden. Darüber hinaus hat die Bertelsmann AG diejenigen neuen bzw. überarbeiteten Standards und Interpretationen angewendet, die für Geschäftsjahre ab dem 01.01.2006 verbindlich anzuwenden sind. Aus der Berücksichtigung folgen für den Konzernabschluss der Bertelsmann AG jedoch keine Änderungen. Anpassungen ergeben sich ausschließlich bei den Anhangsangaben.

Die für den Bertelsmann-Konzern wichtigste Änderung ergibt sich aus der Erstanwendung des im Dezember 2004 überarbeiteten IAS 19 Employee benefits. Danach werden im Anhang

Auswirkungen von zukünftig verpflichtend anzuwendenden Rechnungslegungsstandards

Das International Accounting Standards Board (IASB) und das International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) haben weitere Rechnungslegungsstandards und Interpretationen verabschiedet, die für den Bertelsmann Konzernabschluss des Geschäftsjahres 2006 noch nicht verpflichtend anzuwenden sind. Teilweise ist die Anerkennung der folgenden, neuen Rechnungslegungsstandards und Interpretationen durch die EU noch nicht erfolgt:

- IFRS 7 Financial Instruments: Disclosures sowie damit einhergehende Änderungen zu IAS 1 Presentation of Financial Statements
- IFRS 8 Operating Segments

Der Konzernabschluss wird in Euro aufgestellt, alle Angaben erfolgen in Millionen Euro (Mio. €). Um die Übersichtlichkeit der Darstellung zu verbessern, werden einzelne Posten der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Bilanz zusammengefasst. Diese Posten werden im Anhang detaillierter ausgewiesen und erläutert.

zum vorliegenden Konzernabschluss zusätzliche Angaben zu leistungsorientierten Pensionsplänen gemacht. Insbesondere wird die Entwicklung und Zusammensetzung der Verpflichtung sowie des Planvermögens erläutert.

Der überarbeitete IAS 19 räumt dem Anwender zugleich ein Wahlrecht zur sofortigen Verrechnung versicherungsmathematischer Gewinne bzw. Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen mit dem Eigenkapital ein. Davon wurde im Berichtsjahr kein Gebrauch gemacht, daher ergeben sich aus dieser Neuerung keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

- IFRIC 7 Applying the Restatement Approach under IAS 29
- IFRIC 8 Scope of IFRS 2
- IFRIC 9 Reassessment of Embedded Derivatives
- IFRIC 10 Interim Financial Reporting and Impairment
- IFRIC 11 IFRS 2-Group and Treasury Share Transactions
- IFRIC 12 Service Concession Arrangements

Aus der zukünftigen Anwendung von IFRS 7, des geänderten IAS 1 und IFRS 8 werden erweiterte Anhangsangaben resultieren. Die erstmalige Anwendung der neuen Interpretationen IFRIC 7 bis IFRIC 12 wird zukünftig voraussichtlich keine materiellen Auswirkungen auf den Bertelsmann-Konzernabschluss haben.

Konsolidierung

Konsolidierungsgrundsätze

Alle wesentlichen Tochterunternehmen, die die Bertelsmann AG gemäß IAS 27 direkt oder indirekt beherrscht, sind in den Konzernabschluss einbezogen. Die Konsolidierungsgrundsätze wurden im vorliegenden Konzernabschluss unverändert angewendet mit folgender Ausnahme: Beherrschung liegt vor, wenn die Bertelsmann AG die Möglichkeit oder die tatsächliche Fähigkeit (»de facto control«) hat, direkt oder indirekt, die Finanz- und Geschäftspolitik eines Unternehmens so zu bestimmen, dass sie Nutzen aus dessen Geschäftstätigkeit zieht. Hieraus haben sich keine Auswirkungen auf das Berichtsjahr sowie vorhergehende Perioden ergeben.

Wesentliche Unternehmen unter gemeinschaftlicher Führung im Sinne des IAS 31 werden quotale konsolidiert. Wesentliche assoziierte Unternehmen werden gemäß IAS 28 nach der Equity-Methode konsolidiert. Dies ist grundsätzlich bei Stimmrechtsanteilen zwischen 20 und 50 Prozent der Fall. Eine Übersicht zu den wesentlichen Tochtergesellschaften und Beteiligungen findet sich unter Textziffer 32. Alle konsolidierten Abschlüsse im Bertelsmann-Konzern werden nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden aufgestellt.

Entsprechend IFRS 3 Business Combinations erfolgt die Kapitalkonsolidierung nach der Erwerbsmethode, bei der zum Zeitpunkt des Erwerbs die Anschaffungskosten der Beteiligung mit dem zum beizulegenden Zeitwert im Erwerbszeitpunkt bewerteten Eigenkapital verrechnet werden. Übersteigen die Anschaffungskosten die anteiligen beizulegenden Zeitwerte der erworbenen Vermögenswerte und Schulden, wird der Unterschiedsbetrag als Firmenwert bilanziert. Auf stille Reserven und Lasten werden latente Steuern angesetzt, sofern diese

Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis einschließlich der Bertelsmann AG umfasst 1.309 (Vorjahr: 1.380) Unternehmen. Darin enthalten sind 910 (Vorjahr: 974) voll konsolidierte Unternehmen.

201 (Vorjahr: 217) Gemeinschaftsunternehmen werden quotale in den Konzernabschluss einbezogen. Nach der Equity-Methode werden 198 (Vorjahr: 189) assoziierte Unternehmen bilanziert. Nicht konsolidiert werden 359 (Vorjahr: 396) verbundene Unternehmen ohne nennenswerten Geschäftsbetrieb wegen ihrer insgesamt untergeordneten Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage.

Aufdeckung steuerlich nicht nachvollzogen wird. Aufgedeckte stille Reserven und Lasten werden in den Folgeperioden entsprechend ihrer korrespondierenden Vermögenswerte und Schulden fortgeführt, abgeschrieben beziehungsweise aufgelöst. Negative Unterschiedsbeträge werden in der Periode des Erwerbs erfolgswirksam erfasst. Anteile konzernfremder Gesellschafter werden ebenfalls mit den anteiligen beizulegenden Zeitwerten der Vermögenswerte und Schulden bilanziert. Die Kapitalkonsolidierung quotale konsolidierter Unternehmen erfolgt nach den gleichen Grundsätzen.

Die nach der Equity-Methode einbezogenen assoziierten Unternehmen werden mit dem anteiligen zum beizulegenden Zeitwert im Erwerbszeitpunkt bewerteten Eigenkapital der jeweiligen Beteiligung bilanziert. Für den sich ergebenden Unterschiedsbetrag zwischen den Anschaffungskosten im Erwerbszeitpunkt und dem anteiligen Eigenkapital gelten die Grundsätze der Vollkonsolidierung. Verluste aus assoziierten Unternehmen, die den Beteiligungsbuchwert übersteigen, werden nicht erfasst, sofern keine Nachschusspflicht besteht.

Alle konzerninternen Gewinne und Verluste, Umsatzerlöse, Aufwendungen und Erträge sowie Forderungen und Verbindlichkeiten beziehungsweise Rückstellungen innerhalb des Konsolidierungskreises werden eliminiert. Auf ergebniswirksame Konsolidierungsvorgänge werden latente Steuern gemäß IAS 12 abgegrenzt. Die quotale Konsolidierung erfolgt anteilmäßig nach den gleichen Grundsätzen. Bei Transaktionen zwischen Konzernunternehmen und assoziierten Gesellschaften werden Zwischenergebnisse entsprechend dem Konzernanteil eliminiert.

Die vollständige Liste des Anteilsbesitzes des Bertelsmann-Konzerns wird beim Handelsregister des Amtsgerichts Gütersloh (Abteilung B Nr. 3100) hinterlegt.

Die unter Textziffer 33 offen gelegten inländischen Tochtergesellschaften nutzen im Geschäftsjahr die Befreiungsvorschriften zur Aufstellung, Prüfung und Offenlegung eines Jahresabschlusses gemäß § 264 Abs. 3 HGB bzw. § 264b Nr. 4 HGB.

Die Änderungen des Konsolidierungskreises gegenüber dem vergangenen Geschäftsjahr können der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

Entwicklung Konsolidierungskreis

	Inland	Ausland	Gesamt
Einbezogen zum 31. Dezember 2005	351	1.029	1.380
Zugänge	40	87	127
Abgänge	-39	-159	-198
Einbezogen zum 31. Dezember 2006	352	957	1.309

Akquisitionen und Desinvestitionen

Im Berichtsjahr wurden für Akquisitionen nach Abzug erworbener liquider Mittel und übernommener Finanzschulden insgesamt Zahlungen in Höhe von 405 Mio. € aufgewendet. Die Anschaffungskosten im Sinne von IFRS 3 betragen für diese Akquisitionen 398 Mio. €. Im Wesentlichen resultiert diese Summe aus den folgenden Transaktionen:

- Erwerb von 48 Prozent an der chinesischen Verlagsgesellschaft Boda
- Erwerb der restlichen Anteile (25 Prozent) an dem deutschen Tiefdruckunternehmen Maul Belser
- Erwerb der Buchhandelsketten Alsatia in Frankreich und Livraria Bertrand in Portugal (je 100 Prozent)
- Erwerb von 85 Prozent der Anteile an dem Verlagshaus Woodlands Books

Im November 2006 erwarb Gruner + Jahr eine 48 Prozent-Beteiligung an dem chinesischen Verlagshaus Boda. Diese wird in dem vorliegenden Konzernabschluss aufgrund der satzungrechtlichen Regelungen vollkonsolidiert. Der Kaufpreis betrug 49 Mio. €, nach Abzug erworbener liquider Mittel 44 Mio. €. Aus dem Erwerb resultiert ein Firmenwert von 32 Mio. €.

Im Januar 2006 erwarb Arvato von der KarstadtQuelle AG die restlichen 25 Prozent der Anteile an Maul Belser, einem Unternehmen der in 2005 gegründeten Prinovis Druckerei-Gruppe. Dem Erwerb lag eine Put-Option des Minderheitsgesellschafters KarstadtQuelle zugrunde. Der Ausübungspreis betrug 90 Mio. €. Gemäß IAS 32 war der der Put-Option unterliegende Anteil bereits in 2005 zu 100 Prozent im Konsolidierungskreis des Bertelsmann-Konzerns enthalten. Deshalb ergeben sich im Berichtsjahr keine weiteren Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Im April 2006 beziehungsweise Juni 2006 übernahm Direct Group die Buchhandelsketten Alsatia in Frankreich für 28 Mio. € (15 Mio. € Anschaffungskosten nach IFRS 3) und Livraria Bertrand in Portugal für 26 Mio. € (16 Mio. € Anschaffungskosten nach

IFRS 3). Beide Transaktionen zusammen führen im Konzern zu einem Firmenwert von 32 Mio. €. Beide Unternehmensgruppen werden im Konzernabschluss vollkonsolidiert.

Random House erwarb im Juni 2006 für 30 Mio. € 85 Prozent der Anteile an dem britischen Verlagshaus Woodlands Books. Aus dem Erwerb resultiert im Konzern ein Firmenwert von 9 Mio. €. Weiterhin wurden im Rahmen dieser Transaktion Rechte in Höhe von 34 Mio. € akquiriert.

Darüber hinaus erfolgten einzelne kleinere Erwerbe, davon 36 Mio. € durch RTL Group, 36 Mio. € durch Random House, 42 Mio. € durch Gruner + Jahr, 28 Mio. € durch BMG, 43 Mio. € durch Arvato und 2 Mio. € durch Direct Group.

Aus den getätigten Desinvestitionen wurden im Berichtsjahr Verkaufserlöse in Höhe von insgesamt 1.648 Mio. € erzielt.

Im September 2006 verkaufte Bertelsmann den Musikverlag BMG Music Publishing an die Universal Music Group, eine Tochter von Vivendi S.A., zum Kaufpreis von 1.630 Mio. €. Aufgrund der Entkonsolidierung zum 31.12.2006 haben 32 Mio. € liquide Mittel den Konzern verlassen. Aus der Veräußerung entstand ein Verkaufsgewinn in Höhe von 1.174 Mio. €.

Im August 2006 brachte M6, ein Unternehmensbereich der RTL Group, seine 34 Prozent-Beteiligung an Television Par Satellite (TPS) in ein neu gegründetes Gemeinschaftsunternehmen mit TF1 und Vivendi Universal ein. An dem neuen Unternehmen hält M6 5,1 Prozent der Anteile. Die Beteiligung wird mit einem Fair Value von 324 Mio. € als sonstige Beteiligung bilanziert. Die Transaktion selbst erfolgte zahlungsmittel- und finanzschuldenfrei. Aus der vorherigen Ablösung anteiliger Nettofinanzschulden von TPS resultierte jedoch eine Zahlung in Höhe von 70 Mio. €.

Weitere 12 Mio. € resultierten im Februar 2006 aus der Veräußerung des niederländischen Radiosenders Yorin FM, ebenfalls durch die RTL Group.

Die Akquisitionen und Desinvestitionen des Geschäftsjahres wirkten sich zum Zeitpunkt der Erstkonsolidierung beziehungs-

weise Entkonsolidierung auf die Vermögenswerte und Schulden im Bertelsmann-Konzern wie folgt aus:

Auswirkungen der Akquisitionen und Desinvestitionen

in Mio. €	Zugang	Abgang	Netto
Geschäfts- oder Firmenwerte	239	-194	45
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	103	-321	-218
Sachanlagen	32	-15	17
Sonstige langfristige Vermögenswerte	14	-149	-135
Kurzfristige Vermögenswerte	135	-218	-83
Liquide Mittel	28	-100	-72
Verbindlichkeiten	175	-453	-278

Die Akquisitionen trugen seit Konsolidierung mit 197 Mio. € zum Umsatz und mit -2 Mio. € zum EBIT bei. Die sich aus den Akquisitionen ergebenden Geschäfts- oder Firmenwerte spiegeln die Synergiepotentiale wider. Die im Rahmen der Kaufpreisallokation nach IFRS 3 ermittelten sonstigen immateriellen

Vermögenswerte betreffen mit 34 Mio. € Woodlands Books (Verlagsrechte), 22 Mio. € Boda (Anzeigenvermarktungs- und Markennutzungsrechte), 15 Mio. € Complete Music Ltd. (Musikrechte) sowie 21 Mio. € sonstige Akquisitionen.

Quotenkonsolidierung

Die 201 (Vorjahr: 217) quotaleinbezogenen Gemeinschaftsunternehmen hatten folgenden Einfluss auf das Vermögen,

die Schulden sowie auf die Erträge und Aufwendungen des Bertelsmann-Konzerns:

Auswirkungen der Quotenkonsolidierung

in Mio. €	31.12.2006	31.12.2005
Langfristige Vermögenswerte	1.409	1.557
Kurzfristige Vermögenswerte	1.012	1.362
Fremdkapital	1.331	1.776
Erträge	2.318	2.620
Aufwendungen	2.287	2.569

Währungsumrechnung

Im Konzernabschluss der Bertelsmann AG werden die Jahresabschlüsse ausländischer Tochterunternehmen gemäß IAS 21 nach dem Konzept der funktionalen Währung in Euro umgerechnet. Die Umrechnung der Vermögenswerte und Schulden in die Berichtswährung erfolgt zum Mittelkurs am Bilanzstichtag, während die Gewinn- und Verlustrechnung mit dem Durchschnittskurs des Geschäftsjahres umgerechnet wird. Unterschiede aus der Währungsumrechnung werden ergebnisneutral

im Eigenkapital erfasst. Solche Differenzen entstehen bei der Umrechnung von Bilanzposten im Vergleich zum Vorjahreskurs sowie durch den Unterschied zwischen Durchschnitts- und Stichtagskurs bei der Umrechnung von der Gewinn- und Verlustrechnung. Zum Zeitpunkt der Entkonsolidierung von Konzerngesellschaften werden die jeweiligen kumulierten Umrechnungsdifferenzen erfolgswirksam aufgelöst.

Für die aus der Sicht des Bertelsmann-Konzerns wichtigsten Fremdwährungen wurden für Zwecke der Währungsumrechnung folgende Euro-Wechselkurse zu Grunde gelegt:

Euro-Wechselkurse der wichtigsten Fremdwährungen

		Durchschnittskurse		Stichtagskurse	
		2006	2005	31.12.2006	31.12.2005
US-Dollar	USD	1,2566	1,2475	1,3170	1,1797
Kanada-Dollar	CAD	1,4225	1,5106	1,5281	1,3725
Pfund Sterling	GBP	0,6822	0,6847	0,6715	0,6853
Japanischer Yen	JPY	146,20	137,10	156,93	138,90
Schweizer Franken	CHF	1,5751	1,5475	1,6069	1,5551

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden Ertrags- und Aufwandsrealisierung

Umsatzerlöse gelten als realisiert, wenn die Leistung erbracht ist und der Gefahrenübergang erfolgte. Ausgenommen sind Umsätze aus der Anwendung der Percentage-of-Completion-Methode nach IAS 11. Übrige Erträge werden erfasst, wenn der wirtschaftliche Nutzen wahrscheinlich und der Betrag verlässlich zu bestimmen ist. Aufwendungen werden nach sachlichen oder zeitlichen Kriterien abgegrenzt.

Geschäfts- und Firmenwerte

Der Geschäfts- oder Firmenwert aus einem Unternehmenszusammenschluss gemäß IFRS 3 ist der aktivische Unterschiedsbetrag zwischen Anschaffungskosten und den anteilig erworbenen identifizierbaren Vermögenswerten, Schulden und Eventualschulden zu Zeitwerten. Er wird bei dem erstmaligen Ansatz zu Anschaffungskosten bewertet, in den Folgeperioden zu Anschaffungskosten abzüglich kumulierter Wertminderungsaufwendungen. Geschäfts- oder Firmenwerte werden nicht planmäßig abgeschrieben, sondern mindestens einmal jährlich

Immaterielle Vermögenswerte

Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens werden mit ihren Herstellungskosten aktiviert, wenn dafür die Voraussetzungen des IAS 38 erfüllt sind. Fremdkapitalkosten gemäß IAS 23 werden grundsätzlich aktiviert, führen im Bertelsmann-Konzern jedoch zu keinen nennenswerten Beträgen.

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögenswerte werden mit ihren Anschaffungskosten, vermindert um Abschreibungen bilanziert. Der erstmalige Ansatz von immateriellen Vermögenswerten, die im Zuge eines Unternehmenskaufes übernommen wurden, erfolgt gemäß IFRS 3 zum beizulegenden Zeitwert im Erwerbszeitpunkt.

Die planmäßigen Abschreibungen erfolgen bei immateriellen Vermögenswerten mit bestimmter Nutzungsdauer

Zinserträge und -aufwendungen werden periodengerecht erfasst. Dividenden von nicht zum Konsolidierungskreis gehörenden Investments werden erst im Zeitpunkt der Ausschüttung erfolgswirksam vereinnahmt. Umsatzerlöse aus Dienstleistungsgeschäften werden entsprechend ihres Wertschöpfungsanteils erfasst.

einem Werthaltigkeitstest (Impairment-Test) unterzogen. Die Höhe der Wertberichtigung ergibt sich dann als Differenz aus dem Buchwert und dem erzielbaren Betrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheit, zu welcher der Geschäfts- oder Firmenwert zugeordnet ist. Jede Wertberichtigung wird unmittelbar erfolgswirksam erfasst. Eine Wertaufholung darf nicht erfasst werden. Im Bertelsmann-Konzern werden Impairment-Tests auf Geschäfts- oder Firmenwerte zum 31.12. eines jeden Jahres durchgeführt.

grundsätzlich linear, außerplanmäßige Abschreibungen werden gemäß den Vorschriften des Impairment-Tests (IAS 36) vorgenommen. Die planmäßige Abschreibungsdauer beträgt für aktivierte Software drei bis fünf Jahre, für Belieferungsrechte und Abonnentenstamm maximal fünf Jahre und für Musik-, Film- und Verlagsrechte maximal 20 Jahre. Lizenzen werden entsprechend der Vertragslaufzeit abgeschrieben. Immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer werden wie Goodwill behandelt und unterliegen somit keiner planmäßigen Abschreibung. Stattdessen werden sie mindestens einmal jährlich einem Werthaltigkeitstest (Impairment-Test) unterzogen und gegebenenfalls auf den beizulegenden Zeitwert abgeschrieben.

Sachanlagen

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten vermindert um plan- und gegebenenfalls außerplanmäßige Abschreibungen bilanziert. Die Kosten selbst erstellter Sachanlagen umfassen neben den Einzelkosten auch diejenigen Teile der Gemeinkosten, die der Herstellung direkt zurechenbar sind. Für Gegenstände des Sachanlagevermögens, bei denen sich die Herstellung über einen längeren Zeitraum erstreckt, werden Fremdkapitalzinsen, die bis zur Fertigstellung anfallen, mit in die Herstellungskosten einbezogen. Hieraus entstehen im Konzern jedoch keine nennenswerten Beträge. Instandhaltungskosten werden als Aufwand der Periode verbucht, während Aufwendungen für Maßnahmen, die zu einer Nutzungsverlängerung oder zu einer verbesserten Nutzung führen, grundsätzlich aktiviert werden.

Sachanlagen werden nach der linearen Methode über ihre wirtschaftliche Nutzungsdauer abgeschrieben. Die Schätzung

der Nutzungsdauer sowie der Abschreibungsmethode wird gemäß IAS 16 einer jährlichen Überprüfung unterzogen. Im Berichtsjahr liegen den planmäßigen Abschreibungen folgende konzerneinheitliche Nutzungsdauern zugrunde:

- | | |
|--|-----------------|
| • Gebäude | 25 bis 35 Jahre |
| • Maschinen und technische Anlagen | 5 bis 15 Jahre |
| • Betriebs- und Geschäftsausstattungen | 3 bis 12 Jahre |

Außerplanmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen werden gemäß den Vorschriften für Impairment-Tests vorgenommen.

Die Vermögenswerte des Anlagevermögens, die aus einzelnen zu den gesamten Anschaffungs- oder Herstellungskosten signifikanten Komponenten bestehen (Component Approach), werden gesondert erfasst und abgeschrieben.

Leasing

Soweit der Bertelsmann-Konzern im Rahmen von Leasingverträgen alle wesentlichen Chancen und Risiken trägt und somit als wirtschaftlicher Eigentümer anzusehen ist (Finance Lease), wird der Leasinggegenstand bei Vertragsabschluss mit dem Marktwert oder dem niedrigeren Barwert der zukünftigen Leasingzahlungen abzüglich der darin enthaltenen Kosten für Versicherung, Instandhaltung und Steuern sowie des darauf entfallenden Gewinns aktiviert. Die aus dem Finance Lease resultierende Zahlungsverpflichtung wird in gleicher Höhe unter den Finanzverbindlichkeiten passiviert.

Ist der spätere Eigentumsübergang der geleasteten Vermögenswerte hinreichend sicher, erfolgt die Abschreibung über die wirtschaftliche Nutzungsdauer. Anderenfalls wird für die Abschreibungsdauer die Laufzeit des Leasingvertrags zugrunde gelegt. Bedingte Mietzahlungen sind nicht vereinbart.

Bei den Leasingobjekten handelt es sich hauptsächlich um Gebäude sowie Übertragungskapazitäten. Die Finance Lease-Verträge, die Gebäude betreffen, haben in der Regel eine unkündbare Grundmietzeit von zirka 20 Jahren. Nach Ablauf der Mietzeit steht dem Leasingnehmer das Recht zu, den Leasinggegenstand zum jeweiligen Restwert zu kaufen.

Neben den Finance Lease-Verträgen sind im Bertelsmann-Konzern Mietverträge abgeschlossen worden, die als Operating Lease-Verträge zu qualifizieren sind. Dies führt dazu, dass die Leasinggegenstände – wirtschaftlich gesehen – dem Vermieter zuzuordnen sind und die Leasingraten Aufwand der Periode darstellen. Die Summe der Leasingzahlungen während der unkündbaren Grundmietzeit ist unter den sonstigen finanziellen Verpflichtungen ausgewiesen.

Außerplanmäßige Abschreibungen

Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen werden zum Bilanzstichtag gemäß IAS 36 außerplanmäßig abgeschrieben, wenn der erzielbare Betrag der Vermögenswerte unter den Buchwert gesunken ist. Der erzielbare Betrag wird als der jeweils höhere Betrag aus Nettoveräußerungswert und Barwert der erwarteten zukünftigen Cash Flows der Vermögenswerte (DCF-Methode) ermittelt. Sofern den Vermögenswerten keine eigenen Cash Inflows zugeordnet werden können, werden die außerplanmäßigen Abschreibungen anhand der Cash Flows der nächsthöheren Cash Generating Unit ermittelt. Die prognostizierten Cash Flows werden den unternehmensinternen Planungen, die drei Detailperioden und den Residualwert um-

Beteiligungen und Wertpapiere

Wesentliche assoziierte Unternehmen werden nach der Equity-Methode bilanziert, alle übrigen Beteiligungen und sonstigen Wertpapiere des Anlage- und Umlaufvermögens im Bertelsmann-Konzern sind als veräußerbare Wertpapiere (available-for-sale), als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere (at fair value through profit or loss) oder als endfällige Finanzinvestitionen (held-to-maturity) zu qualifizieren.

Veräußerbare Wertpapiere (available-for-sale) werden gemäß IAS 39 mit ihrem jeweiligen Börsenkurs (Fair Value) am Bilanzstichtag bewertet, sofern dieser zu ermitteln ist. Die daraus resultierenden unrealisierten Gewinne und Verluste werden unter Berücksichtigung latenter Steuern erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst. Bei voraussichtlich dauerhafter Wertminderung erfolgt jedoch eine erfolgswirksame Abwertung. Fallen die Grundlagen einer außerplanmäßigen Abschreibung weg, werden entsprechende Zuschreibungen erfolgsneutral vorgenommen. Bei Veräußerung dieser Vermögenswerte wird das im

Vorräte

Die Vorräte werden am Bilanzstichtag grundsätzlich mit dem niedrigeren Wert aus historischen Anschaffungs- oder Herstellungskosten und Nettoveräußerungserlös angesetzt. Gleichartige Vorräte werden zu Durchschnittskosten oder nach dem FIFO-Verfahren (first in first out) bewertet. Bestände aus konzerninternen Lieferungen sind um Zwischengewinne bereinigt und werden zu Konzernherstellungskosten ausgewiesen.

An jedem Bilanzstichtag wird der noch vorhandene Bestand des zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten bewerteten Vorratsvermögens auf seine Werthaltigkeit überprüft. Dafür wird an jedem Bilanzstichtag der sogenannte Nettoveräuße-

fassen, entnommen. Diese Cash Flows werden individuell auf Basis geschäftsspezifischer Wachstumsraten von 0 bis 3 Prozent ermittelt und grundsätzlich mit den durchschnittlichen Kapitalkosten (Weighted-Average Cost of Capital, WACC) für den Konzern von 12,3 Prozent vor Steuern abgezinst. Sind die Gründe für vorgenommene außerplanmäßige Abschreibungen entfallen, werden Zuschreibungen bis zu dem Betrag vorgenommen, der sich ergeben hätte, wenn die außerplanmäßige Abschreibung nicht vorgenommen worden wäre. Letztere Regelung gilt nicht für Firmenwerte und immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer, die im Rahmen der Kaufpreisallokation gemäß IFRS 3 ermittelt wurden.

Eigenkapital erfasste Ergebnis erfolgswirksam vereinnahmt. Ist ein Börsenkurs nicht zu ermitteln, werden die entsprechenden Beteiligungen und Wertpapiere mit fortgeführten historischen Anschaffungskosten bilanziert.

Finanzinvestitionen mit feststehenden Zahlungen und fester Laufzeit, die faktisch bis zur Endfälligkeit gehalten werden (held-to-maturity), werden mit fortgeführten historischen Kosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode bewertet. Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere (at fair value through profit or loss) werden gemäß IAS 39 mit ihrem Marktwert (Fair Value) am Bilanzstichtag bewertet. Die daraus resultierenden Gewinne und Verluste werden erfolgswirksam erfasst.

Sofern Handels- und Erfüllungstage zeitlich auseinander fallen, ist für die erstmalige Bilanzierung der Erfüllungstag maßgeblich.

rungswert bestimmt. Dieser ergibt sich als geschätzter Veräußerungspreis abzüglich der voraussichtlich noch anfallenden Produktionskosten sowie der geschätzten Vertriebskosten. Liegt der so bestimmte Nettoveräußerungswert (Net Realizable Value) unter den historischen Anschaffungs- oder Herstellungskosten, so wird eine Abwertung auf den niedrigeren Wert vorgenommen. Fallen die Gründe für die Wertminderung weg, wird die vorgenommene Abwertung rückgängig gemacht. Der neue Buchwert entspricht dann wiederum dem niedrigeren Wert aus Anschaffungs- und Herstellungskosten und berichtigtem Nettoveräußerungswert.

Kundenspezifische Fertigungsaufträge

Kundenspezifische Fertigungsaufträge werden, sofern sie die Voraussetzungen des IAS 11 erfüllen, nach der Percentage-of-Completion-Methode bewertet. Umsätze und Gewinne aus kundenspezifischen Fertigungsaufträgen werden hierbei entsprechend dem Fertigstellungsgrad der jeweiligen Projekte erfasst. Der Fertigstellungsgrad ergibt sich aus dem Verhältnis

Forderungen und sonstige Vermögenswerte

Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte werden grundsätzlich mit ihrem Nennwert oder gegebenenfalls mit ihrem beizulegenden Zeitwert bilanziert. Eine Abzinsung

Liquide Mittel

Liquide Mittel umfassen Bankguthaben, Kassenbestände und Wertpapiere, deren Restlaufzeit beim Erwerb weniger als drei

Latente Steuern

Aktive und passive latente Steuern werden nach IAS 12 für sämtliche temporäre Differenzen zwischen den Wertansätzen der Steuerbilanz und der IAS-Konzernbilanz – mit Ausnahme von steuerlich nicht ansetzbaren Firmenwerten – sowie für steuerliche Verlustvorträge angesetzt. Aktive latente Steuern werden durch Sicherheitsabschläge nur in der Höhe berücksichtigt, in der sie später genutzt werden können. Bei der Be-

Kumuliertes übriges Eigenkapital (Other Comprehensive Income)

Im kumulierten übrigen Eigenkapital werden neben den Unterschieden aus der Währungsumrechnung gemäß IAS 39 unrealisierte Gewinne beziehungsweise Verluste aus der Marktbeurteilung von veräußerbaren Wertpapieren (available-for-sale)

Rückstellungen

Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen werden gemäß IAS 19 nach dem versicherungsmathematischen Anwartschaftsbarwertverfahren (Projected Unit Credit Method) ermittelt. Bei diesem Verfahren werden neben biometrischen Berechnungsgrundlagen insbesondere der jeweils aktuelle langfristige Kapitalmarktzinssatz sowie aktuelle Annahmen über zukünftige Gehalts- und Rentensteigerungen berücksichtigt. Der im Pensionsaufwand enthaltene Zinsanteil wird im Finanzergebnis ausgewiesen.

der bis zum Ende des Geschäftsjahres bereits angefallenen Auftragskosten und den aktuell geschätzten Gesamtprojektkosten (Cost-to-Cost-Method). Verluste aus kundenspezifischen Fertigungsaufträgen werden unabhängig vom erreichten Fertigstellungsgrad sofort in voller Höhe in dem Geschäftsjahr erfolgswirksam erfasst, in dem sie erkennbar werden.

erfolgt bei langfristigen Forderungen. Fremdwährungsbestände werden mit dem Stichtagskurs umgerechnet. Bestehende Risiken werden durch Wertberichtigungen berücksichtigt.

Monate beträgt. Fremdwährungsbestände werden zum jeweiligen Stichtagskurs umgerechnet.

rechnung werden diejenigen Steuersätze angewendet, die nach der jeweils aktuellen Rechtslage zukünftig gelten werden. Die Auswirkungen von Steuersatzänderungen auf aktive beziehungsweise passive latente Steuern werden grundsätzlich in der Periode ergebniswirksam vereinnahmt, in der die entsprechenden Vorschriften verabschiedet worden sind.

und von Finanzderivaten, die zur Sicherung eines künftigen Zahlungsstroms (Cash Flow Hedge) eingesetzt werden, erfolgsneutral bilanziert. Latente Steuern auf erfolgsneutral bilanzierte Sachverhalte werden erfolgsneutral erfasst.

Mit Ausnahme der nach IAS 19 berechneten übrigen personalbezogenen Rückstellungen werden alle anderen Rückstellungen auf Basis von IAS 37 gebildet, soweit eine rechtliche oder faktische Außenverpflichtung besteht. Der Ansatz erfolgt zu Vollkosten in Höhe des wahrscheinlichsten Verpflichtungsumfangs. Langfristige Rückstellungen werden abgezinst.

Verbindlichkeiten

Verbindlichkeiten werden mit ihrem Nennwert bilanziert, langfristige Verbindlichkeiten ohne Zinsvereinbarung werden abgezinst.

Fremdwährungsverbindlichkeiten werden mit dem Stichtagskurs umgerechnet.

Die Verbindlichkeiten sind, soweit sie Finanzinstrumente im Sinne des IAS 39 sind und nicht mit einem Sicherungsinstru-

Derivative Finanzinstrumente

Nach IAS 39 werden alle derivativen Finanzinstrumente in der Bilanz zum Marktwert erfasst. Der Ansatz der Finanzinstrumente erfolgt zum Abschlussstag des Geschäfts. Bei Vertragsabschluss eines Derivates wird festgelegt, ob dieses zur Absicherung eines Bilanzpostens (Fair Value Hedge) oder der Absicherung künftiger Zahlungsströme (Cash Flow Hedge) dient. Einzelne Derivate erfüllen nicht die Voraussetzungen von IAS 39 für eine Bilanzierung als Sicherungsgeschäft, obwohl sie bei wirtschaftlicher Betrachtung eine Sicherung darstellen. Die Änderungen des Marktwerts von Derivaten werden wie folgt erfasst:

1. Fair Value Hedge: Marktwertänderungen dieser Derivate, die zur Absicherung von Vermögenswerten bzw. Schulden dienen, werden in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst, der entsprechende Gewinn oder Verlust aus Bewertung des gesicherten Bilanzpostens wird ebenfalls sofort im Ergebnis ausgewiesen.

Aktienbasierte Vergütung

Aktienoptionen werden ausgewählten Geschäftsführern und leitenden Angestellten gewährt. Die Optionen werden zum am Tag der Ausgabe geltenden Marktpreis gewährt und sind zu diesem Preis ausübbar.

Für Aktienoptionen, die vor dem 7. November 2002 gewährt wurden, erfolgt keine Aufwandserfassung dieser Leistung in der Gewinn- und Verlustrechnung. Im Falle der Optionsausübung werden die erhaltenen Erlöse abzüglich der Transaktionskosten dem Eigenkapital der Gesellschaft zugerechnet.

Für Aktienoptionen, die nach dem 7. November 2002 gewährt wurden, erfolgt die Erfassung des Marktwerts bestimmter Optionen als Personalaufwand mit einer entsprechenden

Erhöhung des Eigenkapitals. Der Marktwert wird zum Ausgabedatum ermittelt und verteilt sich über den Zeitraum für den die Mitarbeiter vorbehaltlos Anspruch auf die Optionen haben. Der Marktwert der gewährten Optionen wird mit Hilfe eines Binomialmodells zur Bestimmung von Optionspreisen bemessen, wobei die Bedingungen, zu denen die Optionen gewährt wurden, berücksichtigt werden. Der als Aufwand erfasste Betrag wird angepasst, um die tatsächliche Anzahl an ausübenden Aktienoptionen wiederzugeben. Aktienoptionen, deren Verfall nur auf ein Nichterreichen des für die Ausübung vorgeschriebenen Aktienkurses zurückzuführen ist, sind hiervon ausgenommen.

2. Cash Flow Hedge: Änderungen des Zeitwerts dieser Derivate, die zur Absicherung künftiger Cash Flows dienen, werden erfolgsneutral im kumulierten übrigen Eigenkapital erfasst. Die hier eingestellten Werte werden dann erfolgswirksam ausgebucht, wenn auch das abgesicherte Grundgeschäft erfolgswirksam wird.

3. Stand alone (keine Hedge-Beziehung): Marktwertänderungen dieser Derivate, die nicht die Voraussetzungen für die Bilanzierung als Sicherungsgeschäft erfüllen, werden entsprechend der Kategorie held for trading in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Sofern Handels- und Erfüllungstag zeitlich auseinander fallen, ist für die erstmalige Bilanzierung der Erfüllungstag maßgeblich.

Zur Veräußerung vorgesehene langfristige Vermögenswerte und zugehörige Schulden

Zur Veräußerung vorgesehene langfristige Vermögenswerte und zugehörige Schulden werden nach IFRS 5 in separaten Bilanzposten dargestellt. Die Bewertung erfolgt zum jeweils

niedrigeren Wert aus Buchwert und beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten.

Planmäßige Abschreibungen erfolgen daher nicht mehr.

Erläuterungen zu den Posten der Gewinn- und Verlustrechnung und der Bilanz

1 Umsatzerlöse

in Mio. €	2006	2005
Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Gütern und Handelswaren	11.237	10.565
Umsatzerlöse aus der Erbringung von Dienstleistungen	6.804	6.371
Umsatzerlöse aus der Nutzungsüberlassung von Vermögenswerten	1.726	1.450
Brutto-Umsatzerlöse	19.767	18.386
Erlösschmälerungen	-470	-496
Umsatzerlöse	19.297	17.890

Die Umsatzerlöse aus langfristiger Auftragsfertigung betragen 22 Mio. € (Vorjahr: 18 Mio. €).

2 Sonstige betriebliche Erträge

in Mio. €	2006	2005
Zusatz- und Nebenerträge	242	216
Zins- und Währungsgewinne	12	32
Erträge aus Vorjahren und Erstattungen	153	131
Erträge aus Anlagenabgängen	50	20
Übrige betriebliche Erträge	213	192
	670	591

Die Auflösung von Rückstellungen wird grundsätzlich in dem Aufwandsposten erfasst, der der Bildung zugrunde lag.

3 Personalaufwand

in Mio. €	2006	2005
Löhne und Gehälter	3.974	3.663
Staatliche Sozialabgaben	632	574
Gewinnbeteiligung	73	48
Aufwendungen für Altersversorgung	155	162
Aufwendungen für Unterstützung	16	11
	4.850	4.458

Die staatlichen Sozialabgaben umfassen auch Arbeitgeberbeiträge zur gesetzlichen Rentenversicherung, die gemäß IAS 19 zu den beitragsorientierten Pensionsplänen gerechnet werden.

4 Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und Sachanlagen

in Mio. €	2006	2005
Abschreibungen auf		
– Immaterielle Vermögenswerte	279	261
– Sachanlagen	402	395
	681	656

5 Sonstige betriebliche Aufwendungen

in Mio. €	2006	2005
Verwaltungskosten	1.529	1.478
Beratungs- und Prüfungskosten	248	265
Zins- und Währungsverluste	15	38
Werbekosten	1.152	1.091
Vertriebskosten	952	890
Wertberichtigungen Umlaufvermögen	459	433
Betriebliche Steuern	127	119
Verluste aus Anlagenabgängen	24	23
Übrige betriebliche Aufwendungen	1.020	930
	5.526	5.267

In den Beratungs- und Prüfungskosten sind das Honorar für den Konzernabschlussprüfer von 4 Mio. € und sonstige Bestätigungseleistungen von 1 Mio. € enthalten, die im Wesentlichen auf das Honorar für den Halbjahresreview entfallen.

Die Verwaltungskosten umfassen unter anderem Reisekosten und Kosten für Kommunikation. Die übrigen betrieblichen Aufwendungen enthalten unter anderem Mieten, Reparatur- und Wartungskosten.

6 Ergebnis aus at equity bilanzierten Beteiligungen

in Mio. €	2006	2005
Erträge aus at equity bilanzierten Beteiligungen	95	82
Verluste aus at equity bilanzierten Beteiligungen	-9	-6
Ergebnis aus at equity bilanzierten Beteiligungen	86	76
Erträge aus Beteiligungen	12	23
Abschreibungen auf Finanzanlagen	–	-8
Beteiligungsergebnis	12	15

Die Erträge aus assoziierten Unternehmen resultieren im Wesentlichen aus Antena 3 mit 49 Mio. € (Vorjahr: 39 Mio. €). Die Verluste aus der Equity-Bilanzierung entfallen auf diverse

Gesellschaften. An den Eventualverbindlichkeiten der assoziierten Unternehmen hatte Bertelsmann wie im Vorjahr keinen Anteil.

7 Sondereinflüsse

in Mio. €	2006	2005
Außerplanmäßige Abschreibungen auf Firmenwerte, sonstige Finanzanlagen und Erträge aus der Auflösung von negativen Firmenwerten		
Gruner + Jahr, Griechenland	-14	-
Gruner + Jahr, Adria	-7	-
Erträge aus der Auflösung von negativen Firmenwerten	1	6
Sonstige	-12	-18
Gewinne/Verluste aus Beteiligungsverkäufen		
BMG Music Publishing	1.174	-
TPS, RTL Group	201	-
US-Verlage, Gruner + Jahr	-	91
Shopping.com, Direct Group	-	15
Verschmelzungsgewinn Prinovis, Gruner + Jahr/Arvato	-	72
Verschmelzungsgewinn Infoscore, Arvato	-	52
Sonstige	35	28
Weitere Sondereinflüsse		
Aufwand zur Beilegung der Music Publisher-Klage	-149	-
Restrukturierung/Integration BMG	-54	-105
Restrukturierung/Integration Direct Group	-14	-64
Restrukturierung/Integration RTL Group	-	-16
	1.161	61

Als Sondereinflüsse gelten prinzipiell Geschäftsvorfälle, die keinen operativen Charakter besitzen, da sie nicht reproduzierbar sind. Dazu zählen Ertrags- und Aufwandsposten, die aufgrund ihrer Höhe sowie Häufigkeit des Eintritts die Beurteilung der operativen Ertragskraft der Unternehmensbereiche und des Konzerns verzerren. Im Berichtsjahr belaufen sich die Sondereinflüsse auf insgesamt 1.161 Mio. €. Die Gewinne aus Beteiligungsveräußerungen betragen 1.410 Mio. €. Davon entfallen 1.174 Mio. € auf den Verkauf von BMG Music Publishing an die Universal Music Group. Weitere 201 Mio. € ergaben sich aus der Einbringung von TPS in ein Joint Venture mit TF1 und Vivendi Universal.

Den Veräußerungsgewinnen aus Beteiligungsverkäufen stehen insbesondere folgende negative Sondereinflüsse gegenüber:

- Ein Aufwand in Höhe von 48 Mio. € für den außergerichtlichen Vergleich einer Klage, die die Universal Music Group im Frühjahr 2003 wegen Finanzierung der Musikausbörse Napster durch Bertelsmann eingereicht hat;
- eine Rückstellung in Höhe von 101 Mio. € für mögliche zukünftige Vergleiche mit Dritten, die Bertelsmann ebenfalls wegen der Finanzierung von Napster verklagt haben sowie
- Restrukturierungs- und Integrationskosten in den Segmenten BMG und Direct Group.

Darüber hinaus fließen Impairments auf die in 2005 und 2006 erworbenen Verlage Gruner + Jahr Griechenland und Gruner + Jahr Adria ein.

8 Übrige finanzielle Aufwendungen und Erträge

in Mio. €	2006	2005
Leistungsorientierte Pläne (Pensionen und andere)	-116	-107
Gewinnanspruch Genusskapital	-77	-76
Minderheitenanteile von Personengesellschaften	-48	-85
Sonstige	29	-24
	-212	-292

9 Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Die erfolgswirksamen Steuern vom Einkommen und vom Ertrag setzen sich aus den folgenden laufenden und latenten Steuern zusammen:

in Mio. €	2006	2005
Ergebnis vor Ertragsteuern	2.601	1.285
Laufende Ertragsteuern	-324	-375
Latente Ertragsteuern	147	131
Summe Ertragsteuern	-177	-244
Ergebnis nach Ertragsteuern	2.424	1.041

Im Berichtsjahr wurden steuerliche Verlustvorträge in Höhe von 857 Mio. € (Vorjahr: 1.446 Mio. €) in Anspruch genommen, was zu einer Verminderung des laufenden Steueraufwands von 301 Mio. € (Vorjahr: 435 Mio. €) führte. Von den genutzten

steuerlichen Verlustvorträgen entfallen 8 Mio. € auf inländische Körperschaftsteuer, 61 Mio. € auf inländische Gewerbesteuer und 788 Mio. € auf ausländische Ertragsteuern.

Aktive und passive latente Steuern wurden im Zusammenhang mit folgenden Posten und Sachverhalten gebildet:

Latente Steuern

in Mio. €	31.12.2006 Aktive	31.12.2006 Passive	31.12.2005 Aktive	31.12.2005 Passive
Immaterielle Vermögenswerte	684	322	791	393
Sachanlagen	46	187	40	181
Finanzanlagen	7	53	6	48
Vorräte	68	4	60	5
Forderungen	208	39	236	52
Anzahlungen und sonstige Aktiva	84	64	133	72
Rückstellungen	258	51	284	49
Finanzschulden	35	8	36	-
Verbindlichkeiten	21	2	27	2
Anzahlungen und sonstige Passiva	89	43	123	53
Verlustvorträge/Steueranrechnungen	2.702	-	2.748	-
Sicherheitsabschlag	-3.107	-	-3.482	-
Gesamt	1.095	773	1.002	855
Saldierung	-542	-542	-582	-582
Bilanzansatz	553	231	420	273

Durch den Verkauf des Musikverlags BMG Music Publishing verminderten sich aktive und passive latente Steuern. Insbesondere die passiven latenten Steuern bei den immateriellen Vermögenswerten verringerten sich um 90 Mio. €. Der Rückgang der aktiven latenten Steuern auf immaterielle Vermögenswerte beruht im Wesentlichen auf dem Wegfall einer temporären Differenz aus einer konzerninternen Transaktion. Der Wegfall mindert gleichzeitig erfolgsneutral den Sicherheitsabschlag.

Ansprüche und Rückstellungen werden insoweit saldiert, als sie gegenüber der gleichen Steuerbehörde bestehen und verrechnet werden können.

Diejenigen temporären Differenzen, steuerlichen Verlustvorträge und Steueranrechnungen, deren latente Steuern um einen

Sicherheitsabschläge auf aktive latente Steuern wurden in den Fällen vorgenommen, in denen es nicht wahrscheinlich ist, dass sie in absehbarer Zukunft genutzt werden können.

Seit dem 1. Januar 2004 können in Deutschland Verlustvorträge das positive Einkommen lediglich bis zu einer Höhe von 1 Mio. € zuzüglich 60 Prozent des überschießenden Betrags mindern. Zeitlich sind Verlustvorträge in Deutschland weiterhin unbegrenzt vortragsfähig.

Sicherheitsabschlag gemindert wurden, sind wie folgt zeitlich begrenzt vortragsfähig:

Zeitliche Begrenzung

in Mio. €	31.12.2006	31.12.2005
Steuerliche Verlustvorträge und temporäre Differenzen		
Mehr als 5 Jahre vortragsfähig	9.218	10.093
Höchstens 5 Jahre vortragsfähig	87	105
Steueranrechnungen		
Mehr als 5 Jahre vortragsfähig	26	27

Eine Überleitung des erwarteten Steuerergebnisses auf das tatsächliche Steuerergebnis zeigen die folgenden Tabellen:

Überleitung zum tatsächlichen Steueraufwand

in Mio. €	2006	2005
Ergebnis vor Ertragsteuern	2.601	1.285
Ertragsteuersatz der Bertelsmann AG	38,40 %	38,40 %
Erwarteter Steueraufwand	-999	-494
Steuerliche Auswirkungen folgender Effekte führten zu einer Abweichung des tatsächlichen vom erwarteten Steueraufwand:		
Anpassung an abweichenden nationalen Steuersatz	47	64
Änderung des Steuerrechts oder des Steuerstatus	2	-
Abschreibung von steuerlich nicht aktiviertem Goodwill	-9	-6
Steuerfreie Veräußerungs- und Verschmelzungsgewinne	288	34
Veränderte Sachverhalte Vorjahr	-47	-15
Körperschaftsteuerertrag aus dem ehemaligen Anrechnungsverfahren	112	-
Veränderung des Sicherheitsabschlags	487	214
Permanente Differenzen	-66	-46
Sonstige Anpassungen	8	5
Summe der Anpassungen	822	250
Tatsächlicher Steueraufwand	-177	-244

Die Verminderung des Sicherheitsabschlags entfällt im Wesentlichen auf zwei Sachverhalte. Zum einen konnten durch den Verkauf von BMG Music Publishing steuerliche Verlustvorträge genutzt werden, zum anderen konnte eine bisher wertberichtigte aktive latente Steuer auf eine konzerninterne Transaktion der RTL Group aus 2005 aufgrund neuer Erkenntnis über die Werthaltigkeit vollständig angesetzt werden.

Die geplante Unternehmenssteuerreform in Deutschland soll zu einer Steuersatzminderung führen, die den Wertansatz der bilanzierten aktiven und passiven latenten Steuern verändern würde.

Der Ertragsteuersatz der Bertelsmann AG enthält die Körperschaftsteuer, den Solidaritätszuschlag und die Gewerbesteuer.

Effektiver Steuersatz

	2006	2005
Körperschaftsteuer inklusive Solidaritätszuschlag	26,38 %	26,38 %
Gewerbesteuer	12,02 %	12,02 %
Effektiver Ertragsteuersatz	38,40 %	38,40 %

Das aus dem ehemaligen Anrechnungsverfahren stammende Körperschaftsteuerguthaben wurde aufgrund einer Steuergesetzesänderung zum 31.12.2006 mit seinem Barwert aktiviert. Die Erstattungsbeträge werden in zehn gleichen Jahresbeträgen in den Jahren 2008-2017 ausgezahlt. In der Gewinn- und Verlustrechnung führt die Aktivierung des Zahlungsanspruchs zu einem einmaligen Ertrag in Höhe von 102 Mio. €. Zusätzlich wurden 10 Mio. € Steuerertrag aus der Dividendenausschüttung in 2006 realisiert.

10 Ausgewählte langfristige Vermögenswerte

in Mio. €	Geschäfts- oder Firmenwerte	Sonstige immaterielle Vermögens- werte	Sachanlagen	Anteile an at equity bilanzierten Beteiligungen	Summe
Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten					
Stand 1.1.2006	7.769	4.249	6.966	1.005	19.989
Währungskursveränderung	-116	-168	-150	-2	-436
Akquisitionen/Desinvestitionen	41	-464	27	-1	-397
Zugänge	-	267	541	86	894
Abgänge	-	-150	-253	-73	-476
Umbuchungen und sonstige Veränderungen	-22	-37	-3	-65	-127
Stand 31.12.2006	7.672	3.697	7.128	950	19.447
Abschreibungen					
Stand 1.1.2006	14	2.638	4.181	314	7.147
Währungskursveränderung	-	-94	-98	-	-192
Akquisitionen/Desinvestitionen	-4	-246	10	-2	-242
Planmäßige Zugänge	-	278	409	-	687
Außerplanmäßige Zugänge	23	11	5	-	39
Abgänge	-	-120	-214	-	-334
Zuschreibungen	-	-3	-1	-	-4
Umbuchungen und sonstige Veränderungen	-16	-46	6	-	-56
Stand 31.12.2006	17	2.418	4.298	312	7.045
Buchwert 31.12.2006	7.655	1.279	2.830	638	12.402
Buchwert 31.12.2005	7.755	1.611	2.785	691	12.842

Der Rückgang der sonstigen immateriellen Vermögenswerte resultiert primär aus dem Verkauf von BMG Music Publishing. Aufgrund dieser Desinvestition haben Firmenwerte in Höhe von 133 Mio. € den Konzern verlassen. Zudem ist in dem Posten

Akquisitionen/Desinvestitionen die Reduzierung des Firmenwerts BMG Columbia House in Höhe von 30 Mio. € enthalten, da latente Steueransprüche des 2005 erworbenen Unternehmens werthaltig geworden sind.

11 Sonstige immaterielle Vermögenswerte

in Mio. €	Musik-, Film- und Verlags- rechte	Sonstige Rechte und Lizenzen	Geleistete Anzah- lungen	Summe
Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten				
Stand 1.1.2006	2.798	1.440	11	4.249
Währungskursveränderung	-130	-38	-	-168
Akquisitionen/Desinvestitionen	-533	68	1	-464
Zugänge	59	178	30	267
Abgänge	-66	-77	-7	-150
Umbuchungen und sonstige Veränderungen	-66	37	-8	-37
Stand 31.12.2006	2.062	1.608	27	3.697
Abschreibungen				
Stand 1.1.2006	1.887	751	-	2.638
Währungskursveränderung	-66	-28	-	-94
Akquisitionen/Desinvestitionen	-237	-9	-	-246
Planmäßige Zugänge	136	142	-	278
Außerplanmäßige Zugänge	4	6	1	11
Abgänge	-65	-55	-	-120
Zuschreibungen	-1	-2	-	-3
Umbuchungen und sonstige Veränderungen	-75	29	-	-46
Stand 31.12.2006	1.583	834	1	2.418
Buchwert 31.12.2006	479	774	26	1.279
Buchwert 31.12.2005	911	689	11	1.611

Durch den Verkauf von BMG Music Publishing sinken die Musik-, Film- und Verlagsrechte. In den sonstigen Rechten und Lizenzen sind Vermögenswerte von 234 Mio. € enthalten, die

aufgrund einer unbestimmten Nutzungsdauer nicht abgeschrieben werden. Diese immateriellen Vermögenswerte entfallen primär auf Marken- und Titelrechte.

12 Sachanlagen

in Mio. €	Grundstücke, grundstücks- gleiche Rechte und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anla- gen, Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete An- zahlungen und Anlagen im Bau	Summe
Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten					
Stand 1.1.2006	2.003	3.323	1.570	70	6.966
Währungskursveränderung	-25	-85	-36	-4	-150
Akquisitionen/Desinvestitionen	31	7	-10	-1	27
Zugänge	29	131	117	264	541
Abgänge	-51	-93	-106	-3	-253
Umbuchungen und sonstige Veränderungen	77	194	-108	-166	-3
Stand 31.12.2006	2.064	3.477	1.427	160	7.128
Abschreibungen					
Stand 1.1.2006	790	2.409	982	-	4.181
Währungskursveränderung	-11	-66	-21	-	-98
Akquisitionen/Desinvestitionen	15	4	-9	-	10
Planmäßige Zugänge	69	209	131	-	409
Außerplanmäßige Zugänge	1	1	3	-	5
Abgänge	-29	-88	-97	-	-214
Zuschreibungen	-	-1	-	-	-1
Umbuchungen und sonstige Veränderungen	8	2	-4	-	6
Stand 31.12.2006	843	2.470	985	-	4.298
Buchwert 31.12.2006	1.221	1.007	442	160	2.830
Buchwert 31.12.2005	1.213	914	588	70	2.785

13 Anteile an at equity bilanzierten Beteiligungen

in Mio. €	31.12.2006	31.12.2005
Anteiliges Eigenkapital	222	258
Geschäfts- oder Firmenwerte	416	433
	638	691

Das Gesamtvermögen der at equity bilanzierten Beteiligungen beläuft sich zum 31. Dezember 2006 auf 2.400 Mio. € (Vorjahr: 2.832 Mio. €). Dem gegenüber stehen Gesamtschulden zum 31. Dezember 2006 in Höhe von 1.533 Mio. € (Vorjahr: 1.927 Mio. €). Die Umsatzerlöse belaufen sich zum 31. Dezember 2006 auf 2.397 Mio. € (Vorjahr: 2.624 Mio. €). Die Jahresergeb-

nisse zum 31. Dezember 2006 betragen insgesamt 581 Mio. € (Vorjahr: 304 Mio. €).

Bei diesen Angaben handelt es sich um aggregierte Eckdaten zu den wesentlichen at equity bilanzierten Beteiligungen. Die Beträge stellen die Werte auf Basis von 100 Prozent dar.

Von den Equity-Unternehmen sind folgende börslich notiert.
Ihr anteiliger Börsenwert betrug am 31. Dezember 2006:

Börsenwerte von at equity bilanzierten Beteiligungen

in Mio. €	31.12.2006	31.12.2005
Lycos Europe	52	63
Buch.de	12	11
Antena 3	699	770
Grupo Media Capital	233	199
	996	1.043

14 Sonstige Finanzanlagen

in Mio. €	Zu fortgeführten Anschaffungskosten		Zu Zeitwerten		Summe	
	31.12.2006	31.12.2005	31.12.2006	31.12.2005	31.12.2006	31.12.2005
Kurzfristig						
Ausleihungen	10	38	–	–	10	38
Beteiligungen available-for-sale	–	1	–	–	–	1
Wertpapiere available-for-sale	5	–	–	–	5	–
	15	39	–	–	15	39
Langfristig						
Ausleihungen	57	109	–	–	57	109
Beteiligungen an verbundenen Unternehmen	16	19	–	–	16	19
Beteiligungen available-for-sale	78	68	3	5	81	73
Wertpapiere available-for-sale	16	60	11	3	27	63
Wertpapiere erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert besetzt	–	–	403	–	403	–
	167	256	417	8	584	264
	182	295	417	8	599	303

Die Bewertung der veräußerbaren Beteiligungen und Wertpapiere (available-for-sale) erfolgt gemäß IAS 39 zu Marktwerten oder, falls keine Börsenkurse ermittelbar sind, zu fortgeführten Anschaffungskosten. Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Wertpapiere (at fair value through profit or loss) werden gemäß IAS 39 mit ihrem Marktwert bewertet.

324 Mio. € entfallen auf die Anteile von M6 an Canal+, an dem auch Vivendi Universal und TF1 beteiligt sind.

Aus der Marktbewertung der Wertpapiere der Kategorie »at fair value through profit or loss« resultiert insgesamt ein Gewinn von 32 Mio. €.

15 Vorräte

in Mio. €	31.12.2006	31.12.2005
Programmrechte	1.390	1.352
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	159	161
Unfertige Erzeugnisse, unfertige Leistungen	119	119
Fertige Erzeugnisse und Waren	519	474
Geleistete Anzahlungen	4	2
	2.191	2.108

In der Berichtsperiode wurden Wertberichtigungen auf Vorräte von 147 Mio. € (Vorjahr: 160 Mio. €) vorgenommen.

16 Forderungen und sonstige Vermögenswerte

in Mio. €	31.12.2006	31.12.2005
Langfristig		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	18	93
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	379	452
Kurzfristig		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3.170	3.099
Forderungen aus Honoraren und Lizenzen	9	106
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3.179	3.205
Forderungen gegen Beteiligungsunternehmen	26	24
Geleistete Anzahlungen auf Honorare und Lizenzen	696	827
Steuerforderungen	164	173
Wertpapiere available-for-sale	7	35
Derivative Finanzinstrumente	151	84
Rechnungsabgrenzungsposten	159	184
Sonstige Forderungen	714	636
Übrige Forderungen und sonstige Vermögenswerte	1.917	1.963

Der Rückgang bei den langfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ist in Höhe von 83 Mio. € auf die Entkonsolidierung von BMG Music Publishing zurückzuführen. Die langfristigen übrigen Forderungen und sonstigen Vermögenswerte von 379 Mio. € betreffen mit 320 Mio. € hauptsächlich geleistete Anzahlungen auf Honorare und Lizenzen. Grundsätzlich werden geleistete Anzahlungen auf Honorare und Lizenzen wertberichtet, wenn keine Verrechnungsmöglichkeiten

mehr erwartet werden. Die Höhe dieser Erwartungen basiert auf Einschätzungen der Geschäftsleitungen über zukünftige Absatzmengen und Preisentwicklungen unter Berücksichtigung historischer Erfahrungen.

Die Bewertung der veräußerbaren Wertpapiere (available-for-sale) erfolgt gemäß IAS 39 zu Marktwerten oder, falls keine Börsenkurse ermittelbar sind, zu fortgeführten Anschaffungskosten.

Sonstige Vermögenswerte: available-for-sale

in Mio. €	Zu fortgeführten Anschaffungskosten		Zu Zeitwerten		Summe	
	31.12.2006	31.12.2005	31.12.2006	31.12.2005	31.12.2006	31.12.2005
	6	21	1	14	7	35

17 Liquide Mittel

in Mio. €	31.12.2006	31.12.2005
Flüssige Mittel	677	798
Sonstige Wertpapiere	309	238
	986	1.036

18 Eigenkapital

Gezeichnetes Kapital

Anzahl an Aktien	
Stammaktien	83.760
Summe der Aktien	83.760

Das gezeichnete Kapital der Bertelsmann AG beträgt unverändert 1.000 Mio. €. Es ist eingeteilt in 83.760 nennwertlose, auf den Inhaber ausgestellte Stückaktien (Stammaktien).

Gemäß einem Beschluss des Vorstands vom 4. Juli 2006 wurden im Berichtsjahr 28.069 Aktien der GBL-Verwaltung S.A.R.L. eingezogen. Der Rückkaufpreis betrug 4.500 Mio. €. Die eingezogenen Aktien entsprachen einem gezeichneten Kapital von 251 Mio. €. Die Eintragung der Einziehung in das Handelsregister erfolgte am 30. August 2006.

Am 6. Juli 2006 beschloss die Hauptversammlung, das durch den Rückkauf auf 749 Mio. € geminderte gezeichnete

Kapital der Bertelsmann AG aus Gesellschaftsmitteln wieder auf 1.000 Mio. € zu erhöhen. Die Erhöhung erfolgte ohne Ausgabe neuer Aktien durch Umwandlung eines Teils der Kapitalrücklage in Höhe von 237 Mio. € und eines Teils der anderen Gewinnrücklagen in Höhe von 14 Mio. €. Die Eintragung der Kapitalerhöhung in das Handelsregister datiert vom 11. Oktober 2006.

Die indirekt gehaltenen Kapitalanteile verteilen sich nun wie folgt: 76,9 Prozent Bertelsmann Stiftung, 23,1 Prozent Familie Mohn. Die Stimmrechte liegen zu 100 Prozent bei der Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft (BVG).

Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage enthält im Wesentlichen die bei Ausgabe von Vorzugs- und Stammaktien über den Nennbetrag hinaus erzielten Beträge.

Gewinnrücklagen

Die Gewinnrücklagen enthalten auch die in der Vergangenheit erzielten Ergebnisse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, soweit sie nicht ausgeschüttet wurden, sowie

das kumulierte übrige Eigenkapital (Other Comprehensive Income).

Kumuliertes übriges Eigenkapital (Other Comprehensive Income)

Das kumulierte übrige Eigenkapital hat sich wie folgt entwickelt:

in Mio. €	Wertpapiere available-for-sale			Cash Flow Hedge			Währung	Gesamt
	Vorsteuer- betrag	Steuern	Nachsteuer- betrag	Vorsteuer- betrag	Steuern	Nachsteuer- betrag		
31.12.2004	82	-	82	-67	24	-43	-334	-295
Folgebewertung	16	-	16	68	-23	45	238	299
Erfolgswirksamer Abgang	-22	-	-22	-	-	-	-	-22
Änderung Konsolidierungskreis	-33	-	-33	-	-	-	-1	-34
31.12.2005	43	-	43	1	1	2	-97	-52
Folgebewertung	-4	-	-4	-25	6	-19	-234	-257
Erfolgswirksamer Abgang	-1	-	-1	-	-	-	-	-1
Änderung Konsolidierungskreis	-	-	-	-1	-	-1	-4	-5
31.12.2006	38	-	38	-25	7	-18	-335	-315

Aktionsoptionspläne bei Tochtergesellschaften

Es existieren verschiedene Aktienoptionspläne bei Tochtergesellschaften. Insbesondere bei der RTL Group wurden im Jahr 2000 für das gehobene Management Aktienoptionspläne eingeführt. Der Optionspreis wird dabei vom Kapitalmarkt zum

Zeitpunkt der Gewährung abgeleitet. Des Weiteren liegen in der RTL Group Aktienoptionspläne bei Metropole Television (M6) vor.

RTL Group Aktienoptionsplan

Am 25. Juli 2000 legte die RTL Group einen Aktienoptionsplan für ausgewählte Führungskräfte auf. Voraussetzung für die Teilnahme am Stock Option Plan (SOP) ist, dass der Begünstigte zum Zeitpunkt der Optionsgewährung bei der RTL Group oder einer ihrer Tochterunternehmen angestellt sein muss.

Die Anzahl der Optionen, die einem Teilnehmer unter SOP gewährt werden, steht im Ermessen des Kompensations-Komitees, das sich aus dem Vorstand der Gesellschaft oder einem Vorstandsausschuss zusammensetzt. Die Teilnehmer müssen für die Gewährung von Optionen unter SOP keine eigenen Zahlungen leisten und können auf ihnen gewährte Optionen verzichten. Die Anzahl der Stammaktien, die unter SOP als Option in jedem Jahr zugeteilt werden, darf nicht mehr als ein halbes Prozent des gezeichneten Stammkapitals der Gesellschaft betragen.

Grundsätzlich entspricht der Ausübungskurs der unter SOP ausgegebenen Optionen dem Durchschnittskurs der RTL-Aktien, der über einen Zeitraum von 20 Handelstagen vor dem Tag der Optionsgewährung ermittelt wird. Der zu zahlende Preis kann auch einem anderen, höheren oder niedrigeren, vom Kompensations-Komitee festgelegten Betrag entsprechen.

Die Ausübung der Optionen je zu einem Drittel ist möglich am zweiten, dritten und vierten Jahrestag der Gewährung oder entsprechend einem anderen vom Kompensations-Komitee festgelegten Ausübungsschema. Optionen müssen normalerweise vor dem Ablauf von zehn Jahren ab dem Tag der Optionsgewährung ausgeübt werden, alternativ innerhalb einer kürzeren Zeitspanne, die vom Kompensations-Komitee festgelegt wird. Optionen können im Todesfall von den Erben früher ausgeübt werden.

Veränderungen bei Aktienoptionen:

Optionen (RTL Group)

in Tsd.	Durchschnittlicher Ausübungspreis je Aktie in ¢	2006	Durchschnittlicher Ausübungspreis je Aktie in ¢	2005
Noch ausstehende Optionen am Jahresbeginn	86	173	86	217
Während des Jahres ausgeübte/verfallene Optionen	85	-25	85	-44
Noch ausstehende Optionen am Jahresende	87	148	86	173

Die noch ausstehenden Aktienoptionen am Ende des Jahres haben die folgenden Bedingungen:

Bedingungen der Aktienoptionen (RTL Group)

Ablaufdatum	Ausübungspreis in ¢	Anzahl der Optionen (in Tsd.) 2006	Anzahl der Optionen (in Tsd.) 2005
August 2010	120,00	6	6
Dezember 2010	85,24	141	166
Mai 2011	85,24	1	1
		148	173

Am 29. Dezember 2006 betrug der Marktpreis für Aktien der RTL Group an der Brüsseler Börse 84,70 €.

Métropole Télévision (M6) Mitarbeiter-Aktienoptionsplan

M6 hat für Geschäftsführer und bestimmte Mitarbeiter innerhalb des Teilkonzerns M6 einen Aktienoptionsplan eingeführt. Darüber hinaus hat M6 Gratisaktien-Programme für Geschäftsführer und bestimmte Manager eingeführt. Die Anzahl der

den Teilnehmern gewährten Optionen wird vom Vorstand von Métropole Télévision in Übereinstimmung mit der Hauptversammlung festgelegt.

Die Gewährungsbedingungen sind wie folgt, wobei alle Optionen durch physische Wertpapierübertragung ausgeübt werden:

Tag der Gewährung	Anzahl ursprünglich gewährter Optionen (in Tsd.)	Verbleibende Anzahl der Optionen (in Tsd.)	Ausübungsbedingungen	Vertragliche Laufzeit der Optionen
Aktionsoptionspläne				
Januar 2000	175,0	17,5	4 Dienstjahre	7 Jahre
Juni 2000	338,1	189,5	4 Dienstjahre	7 Jahre
Juni 2001	551,8	345,3	4 Dienstjahre	7 Jahre
Juni 2002	710,5	516,5	4 Dienstjahre	7 Jahre
Juli 2003	713,5	588,5	4 Dienstjahre	7 Jahre
November 2003	20,0	20,0	4 Dienstjahre	7 Jahre
April 2004	861,5	721,5	4 Dienstjahre	7 Jahre
Juni 2005	635,5	587,0	4 Dienstjahre	7 Jahre
Juni 2006	736,7	728,7	4 Dienstjahre	7 Jahre
Gratisaktienprogramm				
Juni 2005	106,7	93,8	2 Dienstjahre + Leistungsbedingungen	
Juni 2006	480,4	452,8	2 Dienstjahre	
Summe	5.329,7	4.261,1		

Die Laufzeit der Optionen umfasst insgesamt sieben Jahre.

Der bei der Ausübung der verbleibenden Optionen zu zahlende Preis beträgt 95 Prozent des durchschnittlichen Wertes der Aktien der Metropole Television an der Pariser Börse, gemessen über

20 Handelstage vor dem Ausgabedatum. Ausnahme hierzu ist der Verteilungsplan für Gratisaktien für das Management.

Veränderungen der Aktienoptionen:

Optionen (M6)

in Tsd.	Durchschnittlicher Ausübungspreis je Aktie in □	2006	Durchschnittlicher Ausübungspreis je Aktie in □	2005
Noch ausstehende Optionen am Jahresbeginn	27	3.421	26	3.513
Während des Jahres gewährte Optionen	25	737	20	636
Während des Jahres ausgeübte Optionen	19	-194	16	-572
Während des Jahres verfallene Optionen	35	-249	29	-156
Noch ausstehende Optionen am Jahresende	26	3.715	27	3.421

544 Tausend Gratisaktien sind zum Jahresende und 104 Tausend zum Jahresbeginn ausübbar. 480 Tausend Gratis-

aktien wurden im Jahresverlauf gewährt. Davon sind 40 Tausend verfallen.

Die noch ausstehenden Optionen am Ende des Jahres unterliegen den folgenden Bedingungen:

Bedingungen der Aktienoptionen (M6)

	Ausübungspreis in €	Anzahl der Optionen (in Tsd.) 2006	Anzahl der Optionen (in Tsd.) 2005
Aktionsoptionspläne			
2006	18,76	–	194
2007	57,40	206	239
2008	30,80	345	377
2009	28,06	517	558
2010	22,32	609	645
2011	24,97	722	773
2012	19,94	587	635
2013	24,60	729	–
		3.715	3.421
Gratisaktienprogramme			
2005	–	93	104
2006	–	453	–
		546	104
Ausstehende Optionen am Jahresende		4.261	3.525
davon ausübbar		1.069	810

Am 29. Dezember 2006 betrug der Marktpreis für M6-Aktien an der Pariser Börse 27,06 €.

Der Marktwert der im Gegenzug für gewährte Aktienoptionen erhaltenen Leistungen wird unter Bezug auf den Marktwert der gewährten Aktienoption bemessen. Die Schätzung des Marktwerts der erhaltenen Leistungen wird auf Grundlage

des Binomialmodells bemessen. Gratisaktien werden mit dem Aktienkurs des Ausgabebtags, abzüglich der diskontierten Dividenden, welche die Mitarbeiter während der Dauer der Ausübungsperiode nicht erhalten können, bewertet.

Marktwerte der Aktienoptionen (M6)

Tag der Gewährung	Aktionsoptionspläne					Gratisaktienprogramme		Summe
	25.7.2003	14.11.2003	28.4.2004	2.6.2005	6.6.2006	2.6.2005	6.6.2006	
Aktienkurs	23,66 €	25,07 €	24,97 €	20,17 €	24,63 €	20,17 €	24,63 €	
Ausübungspreis	22,48 €	23,82 €	24,97 €	19,94 €	24,60 €	–	–	
Volatilität	52,30 %	52,30 %	52,30 %	41,80 %	43,10 %	–	–	
Risikofreier Zins	3,05 %	3,54 %	3,32 %	3,24 %	4,02 %	3,24 %	4,02 %	
Erwarteter Ertrag	4,58 %	4,32 %	4,34 %	5,24 %	3,81 %	5,24 %	3,81 %	
Liquiditätsabschlag	15 %	15 %	15 %	15 %	15 %	0 %	0 %	
Optionsdauer	6 Jahre	6 Jahre	6 Jahre	6 Jahre	6 Jahre	2 Jahre	2 Jahre	
Personalaufwand in Mio. €								
2006	1,7	0,0	1,9	0,9	0,8	0,8	3,0	9,1
2005	1,3	0,0	1,6	0,4	–	0,7	–	4,0

Anteile Konzernfremder

Die Anteile konzernfremder Gesellschafter am Eigenkapital der konsolidierten Tochterunternehmen betreffen im Wesentlichen die Fremdanteile an der Firmengruppe RTL Group.

19 Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

in Mio. €	31.12.2006	31.12.2005
Leistungsorientierte Verpflichtungen	1.325	1.482
Pensionsähnliche Verpflichtungen	147	165
	1.472	1.647

Für die derzeitigen und früheren Mitarbeiter des Bertelsmann-Konzerns sowie für deren Hinterbliebene bestehen je nach den rechtlichen, steuerlichen und wirtschaftlichen Gegebenheiten des jeweiligen Landes unterschiedliche Formen der Altersversorgung. Die betriebliche Altersversorgung erfolgt im Konzern sowohl beitrags- als auch leistungsorientiert.

Bei den beitragsorientierten Altersversorgungssystemen (Defined Contribution Plans) leistet das Unternehmen auf gesetzlicher, vertraglicher oder freiwilliger Basis Zahlungen an einen externen Fonds oder eine andere Versorgungseinrichtung. Mit Zahlung der Beträge bestehen für das Unternehmen keine weiteren Leistungsverpflichtungen, so dass keine Rückstellungen gebildet werden. Der Aufwand für beitragsorientierte Pläne betrug im Geschäftsjahr 26 Mio. € (Vorjahr: 22 Mio. €).

Alle übrigen Versorgungssysteme sind leistungsorientiert (Defined Benefit Plans). Dabei ist zu unterscheiden, ob die Finanzierung über eine externe Anlage erfolgt oder nicht. Für

diese Systeme werden Rückstellungen gebildet. Im Wesentlichen bestehen Endgehaltspläne.

Die zu bildenden Rückstellungen werden nach IAS 19 ermittelt, ihre Bewertung erfolgt auf Basis von versicherungsmathematischen Gutachten. Die Höhe der Rückstellungen hängt von der Dienstzeit im Unternehmen sowie von den versorgungsrelevanten Bezügen ab. Die Berechnung der Rückstellungen erfolgt auf Basis der so genannten Projected Unit Credit Method, die im Vergleich zum Teilwertverfahren steigenden Dienstzeitaufwand unterstellt. Neben den biometrischen Rechnungsgrundlagen sowie dem aktuellen langfristigen Kapitalmarktzins werden insbesondere auch Annahmen über zukünftige Gehalts- und Rentensteigerungen berücksichtigt. Für die biometrischen Grundlagen werden in Deutschland die Richttafeln 2005 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck zugrunde gelegt. Es werden die folgenden weiteren versicherungsmathematischen Annahmen unterstellt:

Versicherungsmathematische Annahmen

	31.12.2006 Deutschland	31.12.2006 Ausland	31.12.2005 Deutschland	31.12.2005 Ausland
Rechnungszins	4,6 %	2,7–5,8 %	4,0 %	2,0–5,75 %
Erwartete Rendite auf das Planvermögen	4,6–6,4 %	2,5–8,25 %	4,0 %	2,5–8,25 %
Gehaltstrend	2,5 %	0,5–5,0 %	2,5 %	1,5–5,0 %
Rententrend	1,9 %	1,0–2,9 %	1,7 %	1,0–2,7 %
Fluktuation	Erfahrungswerte		Erfahrungswerte	

Bei der Bewertung der leistungsorientierten Versorgungssysteme und der Ermittlung der Aufwendungen wird die so genannte Korridor-Regel angewendet. Hierbei werden versicherungsmathematische Gewinne und Verluste, die aus der Abweichung zwischen tatsächlich eingetretenen Werten im Vergleich zu den der Berechnung zugrunde liegenden Annahmen resultie-

ren, nicht berücksichtigt, soweit sie 10 Prozent des höheren Werts von Verpflichtungsumfang und etwaigem Planvermögen nicht übersteigen. Der diesen Korridor übersteigende Betrag wird über die durchschnittliche Restdienstzeit der Mitarbeiter verteilt.

Der Anwartschaftsbarwert (Defined Benefit Obligation) und das Planvermögen haben sich wie folgt entwickelt:

in Mio. €	2006	2005
Anwartschaftsbarwert am 01.01.	3.053	2.539
Laufender Dienstzeitaufwand	71	61
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	-	-2
Zinsaufwand	133	133
Versicherungsmathematischen Gewinne (-) und Verluste (+)	-89	272
Plankürzungen und Abgeltungen	-22	-13
Beiträge der Arbeitnehmer zum Planvermögen	5	4
Pensionszahlungen durch den Arbeitgeber	-89	-78
Pensionszahlungen aus dem Planvermögen	-35	-31
Sonstige Veränderungen	3	14
Veränderung des Konsolidierungskreises	1	97
Währungseffekte	-36	57
Anwartschaftsbarwert am 31.12.	2.995	3.053
Marktwert des Planvermögens am 01.01.	969	452
Erwarteter Ertrag aus Planvermögen	57	38
Versicherungsmathematische Gewinne (+) und Verluste (-)	9	31
Abgeltungen	-14	-10
Beiträge des Arbeitgebers	239	444
Beiträge der Arbeitnehmer	5	4
Pensionszahlungen aus dem Planvermögen	-35	-31
Sonstige Veränderungen	2	-4
Veränderung des Konsolidierungskreises	-1	19
Währungseffekte	-14	26
Marktwert des Planvermögens am 31.12.	1.217	969
Finanzierungsstatus	1.778	2.084

Die in der Bilanz erfasste Nettoverpflichtung für Pensionen leitet sich wie folgt ab:

Bilanzierte Nettoverpflichtung für Pensionen

in Mio. €	31.12.2006	31.12.2005
Anwartschaftsbarwert rückstellungsfinanzierter Versorgungszusagen	1.270	1.641
Anwartschaftsbarwert extern finanzierter Versorgungszusagen	1.725	1.412
Anwartschaftsbarwert der Versorgungszusagen (Defined Benefit Obligation)	2.995	3.053
Beizulegender Zeitwert des Planvermögens	-1.217	-969
Noch nicht amortisierte versicherungsmathematische Gewinne (+) und Verluste (-)	-477	-624
Noch nicht amortisierter nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	-	-1
Nicht angesetzte Vermögenswerte aufgrund Obergrenze in IAS 19.58 (b)	1	-
Bilanzierte Nettoverpflichtung	1.302	1.459
davon Pensionsrückstellungen	1.325	1.482
davon sonstige Vermögenswerte	23	23

In Deutschland sind zur Absicherung der Pensionszusagen der Bertelsmann AG und Tochtergesellschaften im Rahmen eines Contractual Trust Arrangements (CTA) 200 Mio. € (Vorjahr: 360 Mio. €) an den Bertelsmann Pension Trust e.V. übertragen

worden. Dadurch ergibt sich eine Verschiebung innerhalb der Defined Benefit Obligation zugunsten der extern finanzierten Versorgungszusagen.

Die Nettoverpflichtung teilt sich wie folgt auf die Regionen auf:

Aufteilung der bilanzierten Nettoverpflichtung nach Regionen

in Mio. €	31.12.2006	31.12.2005
Deutschland	1.110	1.233
USA	119	137
Übriges Europa	67	81
Sonstige Länder	6	8
Bilanzierte Nettoverpflichtung	1.302	1.459

Als Aufwand aus leistungsorientierten Plänen ergeben sich im Geschäftsjahr 181 Mio. € (Vorjahr: 163 Mio. €). Dabei wurden 65 Mio. € (Vorjahr: 56 Mio. €) als Personalaufwand und 116 Mio. € (Vorjahr: 107 Mio. €) in den übrigen finanziellen Aufwendungen

und Erträgen erfasst. Die Amortisation versicherungsmathematischer Gewinne und Verluste erfolgte im Finanzergebnis. Der Aufwand setzt sich folgendermaßen zusammen:

Aufwand aus leistungsorientierten Plänen

in Mio. €	2006	2005
Laufender Dienstzeitaufwand	71	61
Zinsaufwand	133	133
Erwartete Erträge aus dem Planvermögen	-57	-38
Amortisierte versicherungsmathematische Gewinne (-) und Verluste (+)	40	12
Amortisierter nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	1	-3
Auswirkungen von Plankürzungen oder -abgeltungen	-7	-2
Nettopensionsaufwand	181	163

Die tatsächlichen Erträge aus dem Planvermögen betragen im Geschäftsjahr 66 Mio. € (Vorjahr: 68 Mio. €).

Die Portfoliostruktur des Planvermögens stellt sich wie folgt dar:

	31.12.2006	31.12.2005
Aktien	497	303
Anleihen	588	245
Immobilien	1	-
Liquide Mittel	65	384
Sonstiges	66	37
Marktwert des Planvermögens	1.217	969

Die Zuführung zum CTA der Bertelsmann AG von 360 Mio. € war zum Jahresende des Vorjahres noch nicht investiert.

Im nächsten Geschäftsjahr werden sich die Arbeitgeberbeiträge zum Planvermögen voraussichtlich auf 234 Mio. € belaufen.

Entwicklung der bilanzierten Nettoverpflichtung

in Mio. €	2006	2005
Bilanzierte Nettoverpflichtung zu Jahresbeginn	1.459	1.705
Altersversorgungsaufwand	181	163
Pensionszahlungen	-89	-78
Beiträge zum Planvermögen	-239	-444
Sonstige Effekte	1	16
Veränderung des Konsolidierungskreises	3	78
Währungskursveränderung	-14	19
Bilanzierte Nettoverpflichtung zum Jahresende	1.302	1.459

Der Teil der neuen versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste, der auf erfahrungsbedingte Anpassungen zurückzuführen ist, kann folgender Tabelle entnommen werden:

in Mio €	2006	2005
Erfahrungsbedingte Anpassung		
Gewinne (-) und Verluste (+) in Anwartschaftsbarwert	-4	6
Gewinne (+) und Verluste (-) im Planvermögen	9	31

Der Anwartschaftsbarwert und das Planvermögen haben sich in den vergangenen fünf Jahren wie folgt entwickelt:

	2006	2005	2004	2003	2002
Anwartschaftsbarwert	2.995	3.053	2.539	2.166	2.127
Planvermögen	1.217	969	452	361	298
Finanzierungsstatus	1.778	2.084	2.087	1.805	1.829

Die Verpflichtungen der US-Gesellschaften für die Krankheitskosten der Mitarbeiter nach deren Eintritt in den Ruhestand stellen leistungsorientierte Zusagen dar und sind in Höhe von 80 Mio. € (Vorjahr: 93 Mio. €) in den bilanzierten Rückstellungen enthalten. Die Berechnung erfolgte ebenfalls anhand der vorstehend beschriebenen internationalen Standards. Für die Kostensteigerung im Gesundheitswesen wurde analog zum

Vorjahr ein nach Jahren gestaffelter Trend von 9 bis 9,4 Prozent unterstellt. Eine Erhöhung oder Verminderung der Annahmen zur Kostenentwicklung um jeweils einen Prozentpunkt im Vergleich zu den tatsächlich verwendeten Annahmen hätte folgende Auswirkungen auf den Aufwand und den Anwartschaftsbarwert gehabt:

in Mio. €	31.12.2006	31.12.2005
Effekt der Erhöhung um einen Prozentpunkt auf Pensionsaufwand	5	3
Effekt der Erhöhung um einen Prozentpunkt auf Anwartschaftsbarwert	1	1
Effekt der Verminderung um einen Prozentpunkt auf Pensionsaufwand	-4	-3
Effekt der Verminderung um einen Prozentpunkt auf Anwartschaftsbarwert	-1	-1

Zu den pensionsähnlichen Verpflichtungen zählen Rückstellungen für Dienstjubiläen, Altersteilzeitprogramme, noch nicht abgeführte Beträge zu beitragsorientierten Plänen und Abfertigungen. Abfertigungen werden beim Ausscheiden des Mitarbeiters aus dem Unternehmen gezahlt und beruhen auf gesetzlichen Verpflichtungen, vorwiegend in Italien und Österreich. Rückstellungen für Jubiläumzahlungen und Abfertigungen werden analog zu den Verpflichtungen aus Defined Benefit Plans ermittelt, jedoch ohne, dass die Korridor-Lösung Anwendung findet.

Arbeitnehmer in Deutschland, die das 55. Lebensjahr vollendet haben und in einem unbefristeten Arbeitsverhältnis stehen, können ihr Arbeitsverhältnis in ein Altersteilzeitarbeitsverhältnis umwandeln. Das Altersteilzeitarbeitsverhältnis dauert zwischen zwei und fünf Jahren.

20 Übrige Rückstellungen

in Mio. €	31.12.2005	Veränderung Konsolidie- rungskreis	Sonstige Effekte	Verbrauch	Zuführung	Auflösung	31.12.2006
Steuerrückstellungen	18	-	-	-4	11	-5	20
Restrukturierung	102	-	-5	-50	9	-4	52
Sonstige Rückstellungen	631	6	-96	-123	314	-95	637
	751	6	-101	-177	334	-104	709

Die Steuerrückstellungen von 20 Mio. € sind für besondere Risiken aus schwebenden Steuerverfahren gebildet worden.

Die Restrukturierungsrückstellungen umfassen gemäß IAS 37 die Kosten der Personalfreisetzung und sonstige Kosten, die mit der Beendigung von Unternehmensaktivitäten in Zusammenhang stehen. Für verschiedene Restrukturierungsprogramme innerhalb des Bertelsmann-Konzerns bestehen Rückstellungen von 52 Mio. € (Vorjahr: 102 Mio. €).

Aus den sonstigen Rückstellungen wurden 72 Mio. € umgliedert in sonstige Verbindlichkeiten. Der Ausweis umfasst unter anderem Rückstellungen für Drohverluste, Haftungsrisiken und Prozesskosten. Rechtliche Risiken resultieren insbesondere aus Rechtsstreitigkeiten in den USA. Die Ergebnisse von gegenwärtig laufenden Gerichtsverfahren können nicht mit Sicherheit vorhergesehen und nicht in vollem Umfang beeinflusst werden.

Mögliche rechtliche Risiken ergeben sich aus dem nachfolgend beschriebenen Rechtsstreit: Verschiedene Musikverlage haben im Jahr 2003 gegen Bertelsmann Klage vor einem Gericht in den USA eingereicht. Die Kläger stützten ihre vermeintlichen Ansprüche darauf, dass Bertelsmann durch die Vergabe von Darlehen an die inzwischen in Konkurs gegangene Musik-

Die Bertelsmann AG hat im Jahr 2006 ein Wertkontenmodell aufgelegt. Die Mitarbeiter verzichten im Rahmen dieses Modells auf einen Teil ihres Bruttoentgelts, das bei einem Treuhänder auf Wertkonten gutgeschrieben wird. Ziel der Entgeltumwandlung ist eine Freistellung von der Arbeitsleistung vor Eintritt in den Ruhestand, wobei sich der Freistellungszeitraum nach dem vorhandenen Wertguthaben richtet. Das Guthaben auf den Wertkonten entspricht den Kriterien für Planvermögen nach IAS 19.7, die Verpflichtung des Unternehmens entspricht jederzeit dem Marktwert der Wertkonten. Das Wertkontenmodell hat keine Auswirkung auf Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung. Das ausgelagerte Vermögen zum 31. Dezember 2006 beträgt 1 Mio. €.

tauschbörse Napster den Fortbestand der ansonsten nicht länger überlebendigen Gesellschaft gewährleistet und somit zu Verletzungen von Urheberrechten durch Napster und deren Nutzer beigetragen habe. Im Jahr 2005 hat das Gericht in San Francisco Bertelsmanns Rechtsauffassung bestätigt, dass das bloße Auflisten der Namen von Musiktiteln auf Napsters früherem Server noch keine Urheberrechtsverletzung darstellt. Auch die Ende April 2006 im Wesentlichen abgeschlossene Pre-Trial-Discovery, hat keinerlei Beweise für die faktischen oder rechtlichen Behauptungen der Kläger erbracht. Infolgedessen hat Bertelsmann im Juli 2006 eine komplette Abweisung der Klage beantragt. Im September 2006 hat Bertelsmann einen außergerichtlichen Vergleich mit der Universal Music Group abgeschlossen und sich bereit erklärt, der Universal Music Group einen Gesamtbetrag von 60 Mio. US-Dollar (einschließlich Anwaltskosten) zu zahlen. Die Universal Music Group hat daraufhin ihre Klage zurückgenommen, womit die aktivste der drei Klägergruppen aus dem Prozess ausgeschieden ist. Für mögliche Vergleiche mit den übrigen Klägern hat Bertelsmann im vorliegenden Abschluss eine Rückstellung in Höhe von 101 Mio. € gebildet, die aufgrund ihrer Höhe unter den Sonderinflüssen gezeigt wird.

21 Genusskapital

in Mio. €	31.12.2006	31.12.2005
Nennwert	516	516
Agio	190	190
	706	706

Das Genusskapital verteilt sich auf die Genussscheine mit den Bedingungen von 2001 (ISIN DE 000 522 9942, im Folgenden Genussscheine 2001) und auf die Genussscheine mit den Bedingungen von 1992 (ISIN DE 000 522 9900, im Folgenden Genussscheine 1992). Während die Genussscheine 2001 einen Grundbetrag von je 10 € haben, lautet der Grundbetrag der

Genussscheine 1992 auf jeweils 0,01 €. Zum Bilanzstichtag entfielen 499 Mio. € nominales Genusskapital auf die Genussscheine 2001 und 17 Mio. € auf die Genussscheine 1992. Die Genussscheine 1992 und 2001 sind zum amtlichen Handel an der Börse zugelassen.

22 Finanzschulden

Unter den Finanzschulden werden alle zum Bilanzstichtag bestehenden verzinslichen Verpflichtungen des Bertelsmann-

Konzerns gegenüber dem Kredit- und Kapitalmarkt ausgewiesen. Die Buchwerte setzen sich wie folgt zusammen:

in Mio. €	Kurzfristig		Langfristig		31.12.2005
	31.12.2006	31.12.2005	davon Restlaufzeit in Jahren		
			1-5	> 5	
Anleihen	–	–	1.009	2.285	1.873
Schuldscheindarlehen	50	–	50	–	151
Zwischenkredit	–	–	1.430	–	–
Verbindlichkeiten gegenüber Finanzinstituten	233	135	57	8	57
Leasingverbindlichkeiten	29	31	145	91	241
Sonstige Finanzschulden	71	13	69	41	113
	383	179	2.760	2.425	2.435

Der bilanzielle Ansatz der langfristigen Finanzschulden erfolgt unter Einbeziehung von Transaktionskosten und wird im Zeitablauf fortgeschrieben. Die Umrechnung von Fremdwährungsverbindlichkeiten erfolgt zum Stichtagskurs. Dem Bertelsmann-Konzern stehen über verschiedene vertragliche Vereinbarungen variabel und fest verzinsliche Mittel zur Verfügung. Die Finanzschulden sind in der Regel unbesichert und von gleichem Rang.

Im Juni 2006 wurde zur Finanzierung des Rückkaufs von Anteilen der Groupe Bruxelles Lambert (GBL) an der Bertelsmann AG ein Zwischenkredit in Höhe von 4.500 Mio. € mit einem internationalen Bankenkonsortium abgeschlossen. Für Inanspruchnahmen wurde eine Verzinsung auf Basis von EURIBOR (European Interbank Offered Rate) vereinbart. Der Kredit besteht aus zwei Tranchen, die im Juli 2006 valutiert worden sind. Die erste Tranche mit einem Volumen von 2.000 Mio. € und einer Laufzeit von einem Jahr wurde im Dezember 2006

zurückgeführt. Die zweite Tranche über 2.500 Mio. € mit einer Laufzeit von drei Jahren wurde im August 2006 an einen Kreis von Kernbanken syndiziert. Zum 31. Dezember 2006 wurde die Inanspruchnahme des Zwischenkredits auf 1.430 Mio. € reduziert.

Darüber hinaus verfügt Bertelsmann über syndizierte und bilaterale Kreditvereinbarungen mit international tätigen Großbanken, die durch die Bertelsmann AG und die Bertelsmann U.S. Finance, Inc. vereinbart worden sind. Diese Kreditlinien können durch variabel verzinsliche Kredite auf Basis EURIBOR beziehungsweise LIBOR revolving ausgenutzt werden. Die Finanzierungsreserve aus diesen Kreditlinien beträgt 1.581 Mio. € (Vorjahr: 1.655 Mio. €) und ist im Rahmen der Geschäftstätigkeit frei verwendbar.

Die Restlaufzeiten und die Ausnutzung dieser Vereinbarungen zum Stichtag sind in der nachstehenden Tabelle aufgeführt.

Restlaufzeit

in Mio. €	Kreditlinien 31.12.2006	Ausnutzung 31.12.2006	Freie Kreditlinien 31.12.2006	Freie Kreditlinien 31.12.2005
< 1 Jahr	326	37	289	345
1 bis 2 Jahre	-	-	-	-
2 bis 3 Jahre	110	18	92	-
3 bis 4 Jahre	-	-	-	110
4 bis 5 Jahre	-	-	-	-
> 5 Jahre	1.200	-	1.200	1.200
	1.636	55	1.581	1.655

Zum Bilanzstichtag standen öffentlich notierte Anleihen, Privatplatzierungen und Schuldscheindarlehen mit einem Nominalvolumen von 3.480 Mio. € (Vorjahr: 2.025 Mio. €) aus.

Im Juli 2006 wurde ein Schuldscheindarlehen in Höhe von 50 Mio. € – nach Kündigung durch die Bertelsmann Capital Corporation – vorzeitig zurückgezahlt. Im September 2006 emittierte die Bertelsmann AG zwei Benchmark-Anleihen mit Laufzeiten von sechs beziehungsweise zehn Jahren. Die sechsjährige Anleihe hat ein Nominalvolumen von 500 Mio. € und ist mit einem Kupon von 4,375 Prozent ausgestattet. Die Zehn-Jahres-Anleihe hat ein Nominalvolumen von 1.000 Mio. € und wird mit 4,75 Prozent verzinst.

Die Abweichungen der in der nachstehenden Tabelle aufgeführten Buchwerte zu den Nominalwerten ergeben sich aus Transaktionskosten und aufgrund von Fair-Value-Effekten bei der Bildung von Hedge-Beziehungen im Zusammenhang mit dem Abschluss von Derivaten. Der Anteil der Transaktionskosten, der als Disagio den Buchwert der begebenen Anleihen und Schuldscheindarlehen reduziert, beträgt zum Jahresende 21 Mio. € (Vorjahr: 10 Mio. €). Die Veränderungen der Transaktionskosten werden über die Restlaufzeit im Zinsergebnis berücksichtigt.

Anleihen, Schuldscheindarlehen

in Mio. €	Fälligkeit	Effektivzins in %	Buchwerte 31.12.2006	Buchwerte 31.12.2005
4,70 % Bertelsmann Capital Corp N.V. (EUR 50 Mio. Schuldscheindarlehen) 02/07	27. Dez. 07	4,91	50	51
4,40 % Bertelsmann Capital Corp N.V. (EUR 50 Mio. Schuldscheindarlehen) 03/08	7. Febr. 08	4,56	50	50
4,48 % Bertelsmann Capital Corp N.V. (EUR 50 Mio. Schuldscheindarlehen) 99/09	7. Mai 09	4,49	-	50
4,375 % Bertelsmann U.S. Finance, Inc. (EUR 200 Mio. Anleihe) 99/09	12. Mai 09	4,53	199	199
4,69 % Bertelsmann U.S. Finance, Inc. (USD 100 Mio. US-Privatplatzierung) 03/10	17. Apr. 10	4,83	76	84
4,625 % Bertelsmann U.S. Finance, Inc. (EUR 750 Mio. Anleihe) 03/10	3. Juni 10	4,70	734	757
4,375 % Bertelsmann AG (EUR 500 Mio. Anleihe) 06/12	26. Sep. 12	4,47	498	-
5,23 % Bertelsmann U.S. Finance, Inc. (USD 200 Mio. US-Privatplatzierung) 03/13	17. Apr. 13	5,38	151	169
5,33 % Bertelsmann U.S. Finance, Inc. (USD 200 Mio. US-Privatplatzierung) 03/15	17. Apr. 15	5,46	151	169
3,625 % Bertelsmann AG (EUR 500 Mio. Anleihe) 05/15	6. Okt. 15	3,74	496	495
4,75 % Bertelsmann AG (EUR 1.000 Mio. Anleihe) 06/16	26. Sep. 16	4,89	989	-
			3.394	2.024

Die Dokumentation der Anleihen der Bertelsmann U.S. Finance, Inc. sowie der Anleihen der Bertelsmann AG aus 2005 erfolgt auf der Grundlage einer Rahmendokumentation in Form eines Debt-Issuance-Programms mit einem maximalen Emissionsvolumen von 3.000 Mio. €. Das Programm wurde letztmalig im Oktober 2004 aktualisiert.

Die Anleihen der Bertelsmann AG aus 2006, die USD-Privatplatzierungen und die Schuldscheindarlehen wurden auf Grundlage einer separaten Dokumentation mit institutionellen Investoren vereinbart. Die Anleihen sind mit einem Rating von

BBB+ (Standard & Poor's) bzw. Baa1 (Moody's) versehen. Die EUR-Emissionen der Bertelsmann U.S. Finance, Inc. wurden durch US-Dollar-Währungsswaps kursgesichert. Für einige Anleihen und Schuldscheindarlehen wurde durch den Abschluss von Zinsswaps die originäre Zinsbindung einiger Transaktionen wirtschaftlich verändert. Die in diesem Zusammenhang zwischen dem Grundgeschäft und korrespondierendem Derivat bestehenden Sicherungszusammenhänge werden gemäß IAS 39 als Hedge-Beziehung dargestellt.

Die nachstehende Tabelle zeigt die Zinsbindungen der begebenen Anleihen und Schuldscheindarlehen nach Berücksichtigung der bestehenden Zinsswapvereinbarungen:

Verzinsung von Anleihen und Schuldscheindarlehen

in Mio. €	Buchwerte zum 31.12.2006			Buchwerte zum 31.12.2005		
	fest-verzinslich	variabel verzinslich	Summe	fest-verzinslich	variabel verzinslich	Summe
Anleihen	2.768	526	3.294	1.331	542	1.873
Schuldscheindarlehen	–	100	100	50	101	151
	2.768	626	3.394	1.381	643	2.024

Finance-Lease-Verbindlichkeiten weisen folgende Fristigkeiten auf:

Mindestleasingzahlungen Finance Leases

in Mio. €	31.12.2006			31.12.2005		
	Nominalwert der Leasingzahlungen	Abzinsungsbeträge	Barwerte	Nominalwert der Leasingzahlungen	Abzinsungsbeträge	Barwerte
bis 1 Jahr	36	7	29	38	7	31
1 bis 5 Jahre	192	47	145	205	55	150
über 5 Jahre	114	23	91	114	23	91
	342	77	265	357	85	272

23 Verbindlichkeiten

in Mio. €	31.12.2006	31.12.2005
Langfristig		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	119	130
Übrige Verbindlichkeiten	672	576
Kurzfristig		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.672	4.022
Verbindlichkeiten gegen Beteiligungsunternehmen	28	25
Steuerverbindlichkeiten	262	262
Derivative Finanzinstrumente	46	22
Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit	88	113
Personalverbindlichkeiten	571	567
Erhaltene Anzahlungen	54	62
Rechnungsabgrenzungsposten	330	313
Sonstige übrige Verbindlichkeiten	1.122	1.071
Übrige Verbindlichkeiten	2.501	2.435

Die langfristigen sonstigen übrigen Verbindlichkeiten betragen 672 Mio. € (Vorjahr: 576 Mio. €). Darin enthalten sind Andienungsrechte der Minderheitsgesellschafter von 222 Mio. € (Vorjahr: 225 Mio. €) sowie Minderheitsanteile an Personengesellschaften von 220 Mio. € (Vorjahr: 194 Mio. €).

Der Rückgang der kurzfristigen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen ist im Wesentlichen durch die Entkonsolidierung von BMG Music Publishing begründet. In dem Posten sonstige übrige Verbindlichkeiten werden unter

anderem Lieferverpflichtungen, kreditorische Debitoren oder Verbindlichkeiten gegenüber konzernfremden Gesellschaftern ausgewiesen. Weiterhin sind in diesem Posten Andienungsrechte der Minderheitsgesellschafter von 22 Mio. € (Vorjahr: 135 Mio. €) enthalten.

Die Minderheitsanteile von Personengesellschaften wurden zu Nominalwerten bewertet, da kein Marktwert feststellbar war.

Außerbilanzielle Verpflichtungen

24 Haftungsverhältnisse

in Mio. €	31.12.2006	31.12.2005
Bürgschaften	111	159
Gewährleistungsverpflichtungen	–	–
	111	159

Mit einer Inanspruchnahme aus den genannten Haftungsverhältnissen wird nicht gerechnet.

25 Sonstige finanzielle Verpflichtungen

in Mio. €	31.12.2006	31.12.2005
Miet- und Leasingverpflichtungen	1.551	1.949
Sonstige Verpflichtungen	3.673	3.931
	5.224	5.880

Von den sonstigen Verpflichtungen entfallen 2.935 Mio. € (Vorjahr: 2.942 Mio. €) auf die RTL Group und resultieren aus Lieferverträgen über (Ko-)Produktionen, Verträgen über Fernsehlicenzen und Übertragungsrechte sowie sonstige Rechte und Leistungen. Bei Random House bestehen sonstige Verpflichtungen in Höhe von 371 Mio. € (Vorjahr: 392 Mio. €). Diese repräsentieren den Teil der gegenüber den Autoren zu erbrin-

genden Verpflichtungen, für die noch keine Zahlungen geleistet worden sind und deren künftige Zahlungen von weiteren Ereignissen abhängen (zum Beispiel Lieferung und Annahme des Manuskripts).

Für alle langfristigen Mietverpflichtungen, die als Operating Leases qualifiziert wurden, ergeben sich künftig folgende Zahlungspflichten:

Mindestleasingzahlungen Operating Leases

in Mio. €	31.12.2006	31.12.2005
Nominalwert		
bis 1 Jahr	286	360
1 bis 5 Jahre	751	1.062
über 5 Jahre	514	527
	1.551	1.949
Barwerte	1.235	1.583

Es handelt sich bei diesen Verpflichtungen im Wesentlichen um langfristige Immobilienmietverträge. Der Rückgang der Verpflichtungen ist vor allem auf eine Neuklassifizierung eines Servicevertrags bei RTL Group sowie auf die Beendigung eines Mietvertrags in New York zurückzuführen. Den Verpflichtungen

stehen Untermietverhältnisse mit einem Nominalwert von 97 Mio. € gegenüber. Die Barwerte sind unter Berücksichtigung landesspezifischer Zinssätze ermittelt worden. Sie zeigen die zur Begleichung der Verpflichtung aktuell notwendigen Nettoauszahlungen.

26 Finanzinstrumente

Finanzrisikomanagement

Aufgrund seiner internationalen Aktivitäten ist Bertelsmann einer Reihe von Finanzrisiken ausgesetzt. Hierzu zählen insbesondere die Auswirkungen von Änderungen der Wechselkurse und der Zinssätze. Das Risikomanagement des Bertelsmann-Konzerns ist darauf ausgerichtet, Risiken zu reduzieren.

Der Vorstand legt die allgemeinen Richtlinien für das Risikomanagement fest und bestimmt so das generelle Vorgehen bei der Absicherung von Währungskurs- und Zinsänderungsrisiken sowie den Einsatz von derivativen Finanzinstrumenten.

Währungsrisiko

Bertelsmann ist einem Kursänderungsrisiko bezüglich verschiedener Fremdwährungen ausgesetzt. Es wird den Tochtergesellschaften empfohlen, jedoch nicht vorgeschrieben, sich gegen Fremdwährungsrisiken in der lokalen Berichtswährung durch den Abschluss von Termingeschäften mit Banken einwandfreier Bonität abzusichern. Darlehen innerhalb des Konzerns, die einem Währungsrisiko unterliegen, werden durch derivative Finanzinstrumente gesichert.

Eine Reihe von Tochtergesellschaften ist außerhalb des Euro-Währungsraums angesiedelt. Die Steuerung der sich hieraus

Eine zentrale Treasury-Abteilung berät die Tochtergesellschaften bezüglich operativer Risiken und führt gegebenenfalls Sicherungen mittels derivativer Finanzgeschäfte durch. Bei operativen Risiken wird den Tochtergesellschaften jedoch nicht vorgeschrieben, den Service der zentralen Treasury-Abteilung in Anspruch zu nehmen. Einige Tochterunternehmen, so insbesondere die RTL Group, verfügen über eine eigene Treasury-Abteilung. Diese müssen quartalsweise ihre Sicherungsgeschäfte der zentralen Treasury-Abteilung melden.

ergebenden Translationsrisiken erfolgt über das Verhältnis aus den wirtschaftlichen Finanzschulden und dem Operating EBITDA für die wesentlichen Währungsräume. Langfristig wird für jeden Währungsraum ein angemessenes Verhältnis der Finanzschulden zur operativen Ertragskraft angestrebt. Hierbei orientiert sich Bertelsmann an der für den Konzern definierten Höchstgrenze für den Leverage Faktor.

Zinsänderungsrisiko

Das Zinsänderungsrisiko wird in Abhängigkeit von den geplanten Nettofinanzschulden und der Zinserwartung gesteuert. Die im Berichtsjahr vorgenommenen Finanzierungsmaßnahmen haben im Vergleich zum Vorjahr zu einer Erhöhung des Anteils variabel verzinslicher Finanzierungen geführt. Die Veränderung ist im Wesentlichen auf den Abschluss des Zwischenkredits zurückzuführen. Inanspruchnahmen aus diesem Kredit

Kontrahentenrisiko

Im Konzern bestehen Ausfallrisiken in Höhe der angelegten liquiden Mittel sowie der positiven Marktwerte der abgeschlossenen Derivate. Da Geldgeschäfte und Finanzinstrumente je-

Bilanzierung von derivativen Finanzinstrumenten und Sicherungsgeschäften

Alle Derivate sind in der Bilanz zum Marktwert erfasst. Am Tag des Vertragsabschlusses eines Derivats wird festgelegt, ob dieses als Sicherungsinstrument zur Absicherung des Zeitwerts (Fair Value) oder der Absicherung einer vorhergesehenen Transaktion (Cash Flow) dient. Einzelne Derivate erfüllen jedoch nicht die Voraussetzungen für eine Bilanzierung als Sicherungsgeschäft, obwohl sie bei wirtschaftlicher Betrachtung eine Sicherung darstellen.

Die Beziehungen zwischen Sicherungsinstrumenten und gesicherten Positionen sowie die Risikomanagementziele und -strategien in Zusammenhang mit den unterschiedlichen

Finanzderivate

Bertelsmann verwendet als Finanzderivate marktübliche, überwiegend außerhalb der Börse gehandelte (so genannte OTC-) Instrumente. Dies sind vor allem Terminkontrakte, Währungsswaps, Währungsoptionen und Zinsswaps. Die Geschäfte werden ausschließlich mit Banken einwandfreier Bonität getätigt. Abschlüsse der zentralen Treasury-Abteilung erfolgen grundsätzlich nur mit einem durch den Vorstand genehmigten Bankenkreis. Das Nominalvolumen ist die Summe aller den Geschäften zugrunde liegenden Kauf beziehungsweise Verkaufbeträge.

Der überwiegende Teil der Finanzderivate dient zur Absicherung gegen Währungs- und Zinsrisiken aus den be-

werden auf Basis EURIBOR verzinst. Dem gegenüber stehen die im Berichtsjahr erfolgten Emissionen von zwei festverzinslichen Benchmark-Anleihen mit Laufzeiten von sechs beziehungsweise zehn Jahren.

Die Anlage von liquiden Mitteln erfolgt grundsätzlich auf variabler Basis mit Laufzeiten von weniger als einem Jahr.

doch nur mit Banken einwandfreier Bonität abgeschlossen werden, sind diese Risiken als gering einzustufen.

Sicherungsgeschäften werden dokumentiert. Dieses Verfahren beinhaltet die Verknüpfung aller als Sicherungsinstrumente bestimmten Derivate mit den jeweiligen Vermögenswerten, Schulden, festen Verpflichtungen oder vorhergesehenen Transaktionen. Des Weiteren beurteilt und dokumentiert das Unternehmen sowohl bei Eingehen des Sicherungsgeschäfts als auch auf fortlaufender Basis, ob die als Sicherungsinstrument verwendeten Derivate hinsichtlich des Ausgleichs von Änderungen der Marktwerte oder Cash Flows der gesicherten Positionen hochwirksam sind.

stehenden Finanzschulden (51 Prozent). Konzerninterne Finanzierungen werden grundsätzlich durch den Abschluss von Devisentermingeschäften gegen Währungsrisiken gesichert. Das Volumen dieser Geschäfte beträgt 1.248 Mio. € (27 Prozent). Des Weiteren setzen Tochtergesellschaften Finanzderivate zur Absicherung gegen Währungskursrisiken aus operativen Forderungen sowie bestehenden und zukünftigen operativen Verbindlichkeiten ein (22 Prozent). Es wurden keine Finanzderivate zu spekulativen Zwecken abgeschlossen.

Nominalvolumen der Finanzderivate

in Mio. €	Nominalvolumen 31.12.2006				Nominalvolumen 31.12.2005			
	< 1 Jahr	1–5 Jahre	> 5 Jahre	Summe	< 1 Jahr	1–5 Jahre	> 5 Jahre	Summe
Währungsgeschäfte								
Termingeschäfte und Währungsswaps	2.001	1.248	3	3.252	2.165	1.228	–	3.393
Währungsoptionen	–	3	–	3	–	2	–	2
Zinsgeschäfte								
Zinsswaps	568	819	51	1.438	13	812	26	851
	2.569	2.070	54	4.693	2.178	2.042	26	4.246

Ermittlung des Marktwerts

Der Marktwert der gehandelten Finanzderivate wird auf Basis von veröffentlichten Marktpreisen zum Bilanzstichtag ermittelt.

Für die Bestimmung des Marktwerts von nicht gehandelten Derivaten verwendet Bertelsmann verschiedene finanz-

wirtschaftliche Methoden, die auf den zu den jeweiligen Bilanzstichtagen herrschenden Marktbedingungen und Risiken basieren.

Marktwerte der Finanzderivate

in Mio. €	Nominalwerte		Marktwerte	
	31.12.2006	31.12.2005	31.12.2006	31.12.2005
Währungsgeschäfte				
Termingeschäfte und Währungsswaps	3.252	3.393	94	53
Währungsoptionen	3	2	–	–
Zinsgeschäfte				
Zinsswaps	1.438	851	11	9
	4.693	4.246	105	62

Factoring

Bertelsmann verkauft in speziellen Einzelfällen Forderungen an Banken. Diese Ausnahmen beschränken sich auf Vereinbarungen, in denen Bertelsmann durch den Abschluss von gesonderten Verträgen Finanzierungen für Kunden zur Verfügung stellt. Das Volumen der verkauften Forderungen ist vertraglich auf 471 Mio. € beschränkt und betrug zum Bilanzstichtag 466 Mio. € (Vorjahr: 417 Mio. €). Durch vertragliche Vereinba-

rungen wurden Ausfall- und Zinsrisiken auf die Forderungskäufer übertragen. Da das von Bertelsmann zu tragende Restrisiko begrenzt ist, werden die Forderungen in der Bilanz lediglich in Höhe des »continuing involvement« ausgewiesen. Die Risiken hieraus werden als Rückstellungen erfasst und betragen zum Bilanzstichtag 18 Mio. € (Vorjahr: 18 Mio. €).

27 Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung des Bertelsmann-Konzerns basiert auf IAS 7. Mit ihrer Hilfe soll die Fähigkeit des Unternehmens beurteilt werden, Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu erwirtschaften. Die Zahlungsströme werden aufgeteilt in den Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit, den Cash Flow aus Investitionstätigkeit und den Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit. Die Darstellung der Zahlungsströme aus betrieblicher Tätigkeit erfolgt mittels der so genannten indirekten Methode, indem das EBIT um nicht zahlungswirksame Vorgänge korrigiert wird. Des Weiteren werden Erträge und Aufwendungen eliminiert, die dem Cash Flow aus Investitionstätigkeit zuzurechnen sind.

Die operative Steuerung des Bertelsmann-Konzerns vollzieht sich unter anderem auf Basis des Operating EBIT und erfolgt somit vor Zinsen. Der operative Erfolg und der sich hieraus ergebene Cash Flow aus betrieblicher Tätigkeit sollen daher in einem konsistenten, vergleichbaren Verhältnis zueinander stehen. Aus diesem Grund wird der Saldo aus den im Geschäftsjahr gezahlten beziehungsweise erhaltenen Zinsen im Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit ausgewiesen.

Die Einzahlung in den CTA ist ein Abfluss von liquiden Mitteln, der als Sonderposten im Cash Flow aus Investitionstätigkeit gezeigt wird.

28 Segmentberichterstattung

Die Segmentberichterstattung erfolgt nach den Regelungen des IAS 14. Als primäres Berichtsformat werden die Unternehmensbereiche des Bertelsmann-Konzerns verwendet. Das sekundäre

Erläuterung zu den Segmenten

Die Segmentberichterstattung mit sechs operativen Segmenten folgt der internen Steuerung und Berichterstattung im Bertelsmann-Konzern. Sofern es für die Steuerung des Kon-

Die Veränderung der Pensionsrückstellung ist der Saldo aus dem Personalaufwand für Pensionen (service costs) und den betrieblichen Rentenzahlungen (vgl. Textziffer 19).

Bei der Aufstellung der Kapitalflussrechnung werden Effekte aus Fremdwährungskursänderungen und Veränderungen des Konsolidierungskreises berücksichtigt. Die Posten der Kapitalflussrechnung können daher nicht mit den entsprechenden Veränderungen auf Grundlage der veröffentlichten Bilanz abgestimmt werden. Die Investitionstätigkeit umfasst neben Investitionen in das Anlagevermögen auch Kaufpreiszahlungen für Akquisitionen sowie Erlöse aus dem Abgang von Anlagevermögen und Beteiligungen. Die Kaufpreiszahlungen für erworbene Beteiligungen beinhalten unter anderem Zahlungen in Zusammenhang mit den unter Akquisitionen und Desinvestitionen erläuterten Sachverhalten. Die wesentlichen Erlöse aus dem Verkauf langfristiger Vermögenswerte sind ebenfalls dort gesondert beschrieben. Im Rahmen der Finanzierungstätigkeit werden zahlungswirksame Veränderungen des Eigenkapitals und Veränderungen der Finanzschulden sowie der Zinssaldo dargestellt.

Berichtsformat ist geographisch gegliedert und orientiert sich an den Absatzmärkten, auf denen die Tätigkeitsschwerpunkte des Bertelsmann-Konzerns liegen.

zerns notwendig ist, kommt es bei der Segmentabgrenzung zu Abweichungen von der rechtlichen Konzernstruktur.

Erläuterung zu den Segmentdaten

Die Definition der einzelnen Segmentdaten entspricht der Definition, wie sie auch für die Konzernsteuerung zugrunde gelegt wird. Die Überleitung zu den entsprechenden Werten des Konzerns für die Segmentdaten erfolgt über die Spalte Konsolidierung.

Die Umsätze innerhalb des Konzerns werden grundsätzlich nur zu marktüblichen Konditionen, wie sie auch bei Geschäften mit Konzernfremden verwendet werden, abgewickelt.

Eine zentrale Steuerungsgröße im Bertelsmann-Konzern ist das Operating EBIT. Das Operating EBIT ist ein unter normalen wirtschaftlichen Gegebenheiten wiederholbares operatives Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern. Dazu wird das EBIT, Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern, um solche Sondereinflüsse bereinigt, die keinen operativen Charakter besitzen, weil sie nicht reproduzierbar sind. Dazu zählen Ertrags- oder Aufwandsposten, die aufgrund ihrer Höhe sowie Häufigkeit ihres Eintritts die Beurteilung der operativen Ertragskraft der Unternehmensbereiche und des Konzerns verzerren. Die Bereinigung um Sondereinflüsse ermöglicht so die Ermittlung einer normalisierten Ergebnisgröße und erleichtert dadurch die Prognosefähigkeit und Vergleichbarkeit. Sondereinflüsse enthalten unter anderem Gewinne aus Beteiligungsverkäufen sowie Restrukturierungs- und Integrationskosten. Die planmäßigen Abschreibungen je Segment umfassen Abschreibungen auf das Sachanlagevermögen und auf immaterielle Vermögenswerte, wie sie im Anlagenspiegel ausgewiesen werden.

Die Investitionen umfassen Ausgaben für laufende Investitionen und Akquisitionen von Unternehmen.

Das Segmentvermögen stellt das betriebsnotwendige Vermögen jedes Segments dar. Es umfasst das Sachanlagevermögen, die immateriellen Vermögenswerte einschließlich der Firmenwerte sowie das Finanzanlagevermögen. Hinzu kommt das Umlaufvermögen mit Ausnahme der liquiden Mittel und der Steuerforderungen und sonstiger nicht betrieblicher Vermögenswerte.

Die Segmentverbindlichkeiten umfassen die betrieblichen Verbindlichkeiten und Rückstellungen. Somit werden weder Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen, Steuern, Finanzschulden sowie nicht betriebliche Verbindlichkeiten und Rückstellungen zu den Segmentverbindlichkeiten gezählt.

Für jedes Segment sind die Ergebnisse von und die Anteile an assoziierten Unternehmen angegeben, sofern diese Unternehmen dem Segment eindeutig zugeordnet werden können. Das Ergebnis von assoziierten Unternehmen wird vor Firmenwertabschreibung gezeigt.

Ergänzend werden die Mitarbeiterzahlen zum Bilanzstichtag und der Durchschnitt im jeweiligen Geschäftsjahr für das primäre Berichtsformat angegeben. Die Mitarbeiterzahlen des Vorjahres wurden entsprechend der in 2006 geänderten Erfassungsmethodik angepasst.

Für das sekundäre Berichtsformat werden die Umsätze nach dem Standort des Kunden segmentiert, das Segmentvermögen und die Segmentinvestitionen nach dem Standort des jeweiligen Unternehmens.

Überleitung des primären Berichtsformats zum Konzernabschluss

in Mio. €	2006	2005
Operating EBIT	1.867	1.610
Sondereinflüsse	1.161	61
EBIT	3.028	1.671
Finanzergebnis	-427	-386
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-177	-244
Konzerngewinn	2.424	1.041

	31.12.2006	31.12.2005
Segmentvermögen	19.973	20.856
Übriges, nicht zugeordnetes Vermögen	986	620
Liquide Mittel	986	1.036
Aktive latente Steuern	553	420
Summe Aktiva	22.498	22.932
Segmentverbindlichkeiten	7.064	7.411
Eigenkapital	6.429	9.170
Genusskapital	706	706
Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1.472	1.647
Finanzschulden	5.568	2.614
Übrige, nicht zugeordnete Verbindlichkeiten	1.028	1.111
Passive latente Steuern	231	273
Summe Passiva	22.498	22.932

29 Überleitung zum Operating EBITDA

Ausgehend vom Operating EBIT ergibt sich das Operating EBITDA aus der Hinzurechnung der übrigen Abschreibungen der langfristigen Vermögenswerte des Anlagevermögens abzüglich der Zuschreibungen:

Überleitung zum Operating EBITDA

in Mio. €	2006	2005
Operating EBIT	1.867	1.610
Außerplanmäßige Abschreibungen auf Firmenwerte und Erträge aus Auflösung von negativen Firmenwerten	23	12
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	289	280
Abschreibungen auf Sachanlagevermögen	414	411
Abschreibungen auf Finanzanlagen	9	8
Zuschreibungen auf Anlagevermögen	-4	-12
Ab-/Zuschreibungen, die in Sondereinflüssen enthalten sind	-50	-35
Operating EBITDA	2.548	2.274

30 Angaben zu Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen

Als nahe stehende Personen und Unternehmen gemäß IAS 24 gelten für den Bertelsmann-Konzern die Personen und Unternehmen, die den Bertelsmann-Konzern beherrschen beziehungsweise einen maßgeblichen Einfluss auf diesen ausüben oder durch den Bertelsmann-Konzern beherrscht beziehungsweise maßgeblich beeinflusst werden. Dementsprechend werden die Mitglieder der Familien Mohn und Frère (Familie Frère bis einschließlich 4. Juli 2006), die durch diese Familien beherrschten beziehungsweise maßgeblich beeinflussten Unternehmen oberhalb der Bertelsmann AG, die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der Bertelsmann AG sowie die Tochter-, assoziierten beziehungsweise Gemeinschaftsunternehmen des Bertelsmann-Konzerns als nahestehende Personen und Unternehmen definiert.

Die Kontrolle über den Bertelsmann-Konzern übt die Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft mbH, Gütersloh, eine nicht operativ tätige Besitzgesellschaft, aus. Die Johannes Mohn GmbH, die Bertelsmann Beteiligungs GmbH, die Reinhard Mohn Verwaltungsgesellschaft mbH und die Mohn Beteiligungs GmbH haben der Bertelsmann AG mitgeteilt, dass ihnen jeweils mehr als der vierte Teil der Aktien gehören. Bei der Ermittlung der Anteile wurden jeweils mittelbare und unmittelbare Anteile berücksichtigt.

Neben den Geschäftsbeziehungen zu den in den Konzernabschluss im Wege der Vollkonsolidierung einbezogenen Tochterunternehmen bestanden die folgenden Geschäftsbeziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen:

in Mio. €	2006	2005
Gewinn- und Verlustrechnung		
Umsatzerlöse	152	159
Sonstige betriebliche Erträge	26	26
Materialaufwand	18	10
Personalaufwand	36	44
Sonstige betriebliche Aufwendungen	6	7
Finanzergebnis	-	-1
	31.12.2006	31.12.2005
Bilanz		
Sonstige Finanzanlagen gegenüber nahestehenden Personen und Unternehmen	36	91
Forderungen gegenüber nahestehenden Personen und Unternehmen	73	60
Pensionsverpflichtungen gegenüber nahestehenden Personen und Unternehmen	14	13
Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Personen und Unternehmen	40	37

Transaktionen mit nahe stehenden Personen und assoziierten Unternehmen betreffen im Wesentlichen Liefer- und Leistungsgeschäfte sowie sonstige Finanzanlagen. Sie erfolgen zu marktüblichen Konditionen. Die dazugehörigen Aufwendungen und Erträge sind aus Konzernsicht von untergeordneter Bedeutung.

Die Vergütung des Aufsichtsrats beträgt für das Geschäftsjahr 2006 1.387.000 € zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Die Mitglieder des Vorstandes erhielten im Berichtsjahr Bezüge von 30.337.173 €, davon von der Bertelsmann AG 18.077.806 €. An ein Mitglied des Vorstands wurde in Vor-

jahren ein Darlehen von 5 Mio. US-Dollar gewährt. Das Darlehen wird mit aktuell 3,83 Prozent verzinst. Das Darlehen ist in 2010 in einer Summe rückzahlbar. Gesonderte Sicherheiten wurden nicht gestellt. Ehemalige Mitglieder des Vorstands und ihre Hinterbliebenen erhielten Bezüge von der Bertelsmann AG in Höhe von 4.326.233 €. Die Rückstellung für Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands beträgt bei der Bertelsmann AG 47.442.793 €. Die Mitglieder des Aufsichtsrats und des Vorstands sind auf den Seiten 148 ff. angegeben.

31 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

In einer Sitzung des Aufsichtsrats der Bertelsmann AG vom 19. Januar 2007 wurde Hartmut Ostrowski, Vorsitzender des Vorstands der Arvato AG, mit Wirkung zum 1. Januar 2008 zum Vorstandsvorsitzenden der Bertelsmann AG bestellt. Zu seinem Nachfolger an der Spitze der Arvato sowie im Vorstand der Bertelsmann AG wurde Rolf Buch, bis dahin Vorsitzender der Geschäftsführung Arvato Direct Services, benannt. Der Bertelsmann-Vorstandsvorsitzende Gunter Thielen wird mit Wirkung zum 1. Januar 2008 in den Aufsichtsrat wechseln, um dort den Vorsitz zu übernehmen. Der Aufsichtsratsvorsitzende Dieter Vogel wird sein Amt niederlegen, allerdings Gesellschafter der BVG bleiben.

Die Entscheidung des Europäischen Gerichts erster Instanz vom 13. Juli 2006 erfordert die erneute Prüfung des Zusammenschlusses des Gemeinschaftsunternehmens Sony BMG durch die EU-Kommission. Am 31. Januar 2007 haben Bertelsmann und Sony den aktualisierten Antrag zur Gründung des Gemeinschaftsunternehmens Sony BMG bei der EU-Kommission eingereicht, so dass die Kommission mit einer erneuten Unter-

suchung beginnen konnte. Die Entscheidung der Kommission wird bis Jahresmitte 2007 erwartet. Die Gesellschafter sind zuversichtlich, dass am Ende dieses erneuten Prüfverfahrens wiederum eine Genehmigung erwartet werden kann.

Am 2. Februar 2007 hat sich die RTL Group entschlossen, ihren gesamten Anteil an der portugiesischen Mediengruppe Grupo Media Capital an die spanische Grupo Prisa zu verkaufen.

Im November 2006 hat die RTL Group ihre restlichen Anteile an dem Sportrechtevermarkter Sportfive in Höhe von 25 Prozent an das französische Unternehmen Lagardère verkauft. Die Entkonsolidierung von Sportfive erfolgte im Februar 2007.

Aufgrund der günstigen Kapitalmarktsituation hat Bertelsmann am 22. Februar 2007 eine variabel verzinsliche Anleihe (Floating Rate Note) mit einem Volumen von 650 Mio. € und einer Laufzeit von zwei Jahren am Kapitalmarkt platziert. Mit dem Emissionserlös hat Bertelsmann den Zwischenkredit zur Finanzierung des Aktienrückkaufs von der GBL teilweise zurückgeführt.

32 Wesentliche Tochtergesellschaften und Beteiligungen zum 31. Dezember 2006

RTL Group

TV			
GZSZ Vermarktungsgesellschaft GmbH, Köln	Deutschland	89,53	v
IP Deutschland GmbH, Köln	Deutschland	89,53	v
IP New Media GmbH, Köln	Deutschland	89,53	v
N-TV Nachrichtenfernsehen GmbH & Co. KG, Berlin	Deutschland	89,53	v
RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG, München	Deutschland	32,14	e
RTL Disney Fernsehen GmbH & Co. KG, Köln	Deutschland	44,77	q
RTL New Media GmbH, Köln	Deutschland	89,53	v
RTL Shop GmbH, Köln	Deutschland	89,53	v
RTL Television GmbH, Köln	Deutschland	89,53	v
Traumpartner TV GmbH, Köln	Deutschland	89,53	v
Vox Film- und Fernseh GmbH & Co. KG, Köln	Deutschland	89,26	v
Westdeutsche Universum-Film GmbH, Köln	Deutschland	89,53	v
Antena 3 de Televisión S.A., Madrid	Spanien	17,09	e
Bayard d'Antin S.A., Paris	Frankreich	89,53	v
Broadcasting Center Europe S.A., Luxemburg	Luxemburg	89,53	v
Channel 5 Broadcasting Ltd., London	Großbritannien	89,53	q
CLT-UFA S.A., Luxemburg	Luxemburg	89,53	v
Grupo Media Capital SGPS SA, Oeiras	Portugal	29,64	e
IP Belgium S.A., Brüssel	Belgien	59,09	v
IP France S.A., Paris	Frankreich	89,53	v
IP Luxembourg S.A.R.L., Luxemburg	Luxemburg	89,53	v
M6 Editions S.A., Neuilly sur Seine	Frankreich	43,87	v
M6 Films S.A., Neuilly sur Seine	Frankreich	43,87	v
Mistergooddeal SA, Ivry sur Seine	Frankreich	41,68	v
M-RTL Rt (RTL Klub), Budapest	Ungarn	43,82	e
OOO Ren TV, Moskau	Russland	26,95	e
Paris Première S.A., Paris	Frankreich	43,87	v
RTL 9 S.A., Luxemburg	Luxemburg	31,33	e
RTL Croatia d.o.o., Zagreb	Kroatien	58,64	v
RTL Nederland B.V., Hilversum	Niederlande	89,53	v
Télévision Indépendante (TVI) S.A., Brüssel	Belgien	59,08	v
Content			
CLT-Ufa Multi Media GmbH, Hamburg	Deutschland	89,53	v
Grundy Light Entertainment GmbH, Hürth	Deutschland	89,82	v
Grundy-UFA TV-Produktions GmbH, Berlin	Deutschland	89,53	v
Teamworx Television & Film GmbH, Berlin	Deutschland	89,53	v
Trebitsch Produktion Holding GmbH, Hamburg	Deutschland	89,53	v
UFA Entertainment GmbH, Berlin	Deutschland	89,53	v
UFA Fernsehproduktion GmbH, Berlin	Deutschland	89,53	v
UFA Film- und Fernseh GmbH, Köln	Deutschland	89,53	v
Be Happy Productions SAS, Neuilly sur Seine	Frankreich	89,82	v
Belga Films SA, Brüssel	Belgien	59,09	v
Blu A/S, Kopenhagen	Dänemark	67,37	v
Blue Circle BV, Hilversum	Niederlande	89,82	v
Fremantle Media Australia Pty Ltd., St. Leonard	Australien	89,82	v
Fremantle Media Ltd., London	Großbritannien	89,82	v
Fremantle Media North America, Inc., Wilmington	USA	89,82	v
Fremantle Productions Asia Ltd., Hongkong	China	89,82	v
Grundy Productions Ltd., London	Großbritannien	89,82	v
Talkback Productions Ltd., London	Großbritannien	89,82	v
Radio			
Antenne Mecklenburg-Vorpommern GmbH & Co. KG, Plate	Deutschland	22,78	e
AVE Gesellschaft für Hörfunkbeteiligungen mbH, Berlin	Deutschland	89,53	v
BB Radio Landeswelle Brandenburg GmbH & Co. KG, Berlin	Deutschland	35,81	e
HITRADIO RTL Sachsen GmbH, Dresden	Deutschland	49,69	e
Neue Spreeradio Hörfunkgesellschaft mbH, Berlin	Deutschland	30,40	e
RTL Radio Deutschland GmbH, Berlin	Deutschland	89,53	v
Contact S.A., Brüssel	Belgien	44,68	e
Ediradio S.A., Paris	Frankreich	89,53	v

Random House

Random House Nordamerika			
G24 NA LLC, Wilmington	USA	100,00	v
McClelland & Stewart Ltd., Toronto	Kanada	25,00	e
Random House Direct, Inc., New Jersey	USA	100,00	v
Random House Films LLC, Delaware	USA	100,00	v
Random House, Inc., New York	USA	100,00	v
Random House of Canada Ltd., Toronto	Kanada	100,00	v
Verlagsgruppe Random House			
Gerth Medien GmbH, Aslar	Deutschland	100,00	v
Verlagsgruppe Random House GmbH, München	Deutschland	100,00	v
Random House Großbritannien, Australien, Neuseeland, Südafrika			
Mainstream Publishing Company Ltd., Edinburgh	Großbritannien	50,00	q
Random House (Proprietary) Ltd., Parktown (Johannesburg)	Südafrika	75,00	v
Random House Australia Pty. Ltd., Melbourne	Australien	100,00	v
Random House New Zealand Ltd., Glenfield	Neuseeland	100,00	v
Random House Publishers India Private Ltd., New Delhi	Indien	100,00	v
RHA Holdings Pty. Ltd., Melbourne	Australien	100,00	v
The Random House Group Ltd., London	Großbritannien	100,00	v
Woodlands Books Ltd., London	Großbritannien	85,00	v
Random House Mondadori			
Editorial Sudamericana, S.A., Buenos Aires	Argentinien	50,00	q
Editorial Sudamericana Uruguay, S.A., Montevideo	Uruguay	49,95	q
Random House Mondadori S.A., Barcelona	Spanien	50,00	q
Random House Mondadori S.A., Bogotá	Kolumbien	50,00	q
Random House Mondadori S.A., Caracas	Venezuela	50,00	q
Random House Mondadori S.A. de C.V., Mexico City	Mexiko	50,00	q
Random House Mondadori S.A., Santiago de Chile	Chile	50,00	q
Random House Asien			
Random House Korea, Inc., Seoul	Korea	100,00	v
Random House Kodansha Co., Ltd. Tokio	Japan	56,70	q
Gruner + Jahr			
G+J Deutschland			
Berliner Presse Vertrieb GmbH, Berlin	Deutschland	74,90	v
Börse Online Verlag GmbH & Co. KG, München	Deutschland	74,90	v
DPV Deutscher Pressevertrieb GmbH, Hamburg	Deutschland	74,90	v
DPV Network GmbH, Hamburg	Deutschland	74,90	v
DPV Worldwide GmbH, Hamburg	Deutschland	74,90	v
Ehrlich & Sohn GmbH & Co. KG, Hamburg	Deutschland	74,90	v
G+J Corporate Media GmbH, Hamburg	Deutschland	74,90	v
G+J Electronic Media Sales GmbH, Hamburg	Deutschland	74,90	v
G+J Emotion Verlag GmbH, München	Deutschland	74,90	v
G+J Woman Verlag GmbH, Hamburg	Deutschland	74,90	v
G+J Women New Media GmbH, Hamburg	Deutschland	74,90	v
G+J Zeitschriften-Verlagsgesellschaft mbH, Hamburg	Deutschland	74,90	v
G+J/RBA GmbH & Co. KG, Hamburg	Deutschland	37,45	e
Gruner + Jahr AG & Co KG, Hamburg	Deutschland	74,90	v
Hamburger Journalistenschule Gruner + Jahr – Die Zeit GmbH, Hamburg	Deutschland	71,16	v
Life & Health Verlagsgesellschaft mbH, Hamburg	Deutschland	74,90	v
Living at Home Multi Media GmbH, Hamburg	Deutschland	74,90	v
Motor Presse Stuttgart GmbH & Co.KG, Stuttgart	Deutschland	42,32	v
Neon Magazin GmbH, Hamburg	Deutschland	74,90	v
Norddeutsche Verlagsgesellschaft mbH, Hamburg	Deutschland	74,90	v
Park Avenue GmbH, Hamburg	Deutschland	74,90	v
»Picture Press« Bild- und Textagentur GmbH, Hamburg	Deutschland	74,90	v
Rodale-Motor-Presse GmbH & Co. KG Verlagsgesellschaft, Stuttgart	Deutschland	21,16	q
Scholten Verlag GmbH, Stuttgart	Deutschland	42,32	v
Sport+Freizeit Verlag GmbH & Co. KG, Stuttgart	Deutschland	42,32	v
Stern.de GmbH, Hamburg	Deutschland	74,90	v
View Magazin GmbH, Hamburg	Deutschland	74,90	v
W.E. Saarbach GmbH, Köln	Deutschland	74,90	v

G+J Frankreich			
AG+J S.N.C., Paris	Frankreich	56,18	v
Biens dans ma vie, Paris	Frankreich	74,90	v
First Invest SA, Paris	Frankreich	74,90	v
Motor Presse France, SAS, Issy-les-Moulineaux	Frankreich	42,32	v
NG France S.N.C., Paris	Frankreich	74,90	v
Prisma Presse S.N.C., Paris	Frankreich	74,90	v
Société des Publications Modernes Spécialisées S.A.R.L., Issy-les-Moulineaux	Frankreich	42,32	v
Vivia S.N.C., Paris	Frankreich	74,90	v
VSD S.N.C., Paris	Frankreich	74,90	v
G+J International			
Adria Media Ljubljana d o.o., Ljubljana	Slowenien	28,09	q
Adria Media Serbia d o.o., Belgrad	Serbien	33,71	q
Adria Media Zagreb d o.o., Zagreb	Kroatien	28,09	q
Beijing Boda New Continent Advertising Company LCC., Peking	China	35,95	v
Daphne Communications S.A., Athen	Griechenland	36,48	q
G+J CLIP (Beijing) Publishing Consulting Co., Ltd., Peking	China	38,20	v
G+J Glamour C.V., Diemen	Niederlande	74,90	v
G+J RBA Sp. z o.o. & Co. Spolka komanditowa, Warschau	Polen	74,90	v
G+J Uitgevers C.V., Diemen	Niederlande	74,90	v
G+J Publishing C.V. National Geografic Nederland, Amsterdam	Niederlande	74,90	v
Gruner + Jahr (Beijing) Advertising, Peking	China	74,90	v
Gruner + Jahr / Mondadori S.p.A., Mailand	Italien	37,45	q
Gruner + Jahr Polska Sp. z o.o. & Co. Spolka Komandytowa, Warschau	Polen	74,90	v
Gruner + Jahr ZAO, Moskau	Russland	74,90	v
G y J Espana Ediciones, S.L., S. en C., Madrid	Spanien	74,90	v
G y J Publicaciones Internacionales, S.L. y Cia., S. en C., Madrid	Spanien	37,45	v
G y J Revistas y Comunicaciones, S.L., Madrid	Spanien	74,90	v
Maxiediciones S.L., Madrid	Spanien	42,32	v
Media Star-MPC Advertising Co. Ltd., Peking	China	25,39	q
Motor Press Argentina, S.A., Buenos Aires	Argentinien	35,74	v
Motor Press Brasil Editora Ltda., Sao Paulo	Brasilien	19,36	v
Motor Presse Budapest Lapkiadó Kft., Budapest	Ungarn	42,32	v
Motor Presse Polska Sp.zo.o., Wroclaw	Polen	42,32	v
Motor Press Ibérica, S.A., Madrid	Spanien	42,32	v
Motor Press Lisboa S.A., Cruz Quebrada	Portugal	32,04	v
MPC (Beijing) Co. Ltd., Peking	China	25,39	q
Shanghai G+J Consulting and Service Co. Ltd. Shanghai	China	74,90	v
Verlagsgruppe News Ges.m.b.H., Wien	Österreich	41,96	v
Zeitungen			
Döbelner Verlags GmbH & Co. KG, Döbeln	Deutschland	44,94	v
Dresdner Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG, Dresden	Deutschland	44,94	v
Dresdner Magazin Verlag GmbH, Dresden	Deutschland	44,94	v
Financial Times Deutschland GmbH & Co. KG, Hamburg	Deutschland	37,45	q
Morgenpost Sachsen GmbH, Dresden	Deutschland	44,94	v
MVD Medien Vertrieb Dresden GmbH, Dresden	Deutschland	44,94	v
Sachsen Post GmbH, Dresden	Deutschland	22,92	v
Saxo-Phon GmbH, Dresden	Deutschland	44,94	v
WVD Mediengruppe GmbH, Chemnitz	Deutschland	22,47	v
Druckereien			
Prinovis Ahrensburg GmbH & Co. KG, Ahrensburg	Deutschland	28,05	v
Prinovis Dresden GmbH & Co. KG, Dresden	Deutschland	28,05	v
Prinovis Itzehoe GmbH & Co. KG, Itzehoe	Deutschland	28,05	v
Prinovis Ltd. & Co. KG, Hamburg	Deutschland	28,05	v
Prinovis Nürnberg GmbH & Co. KG, Nürnberg	Deutschland	28,05	v
Brown Printing Company, Waseca	USA	74,90	v
Corporate Services			
Druck- und Verlagshaus Gruner + Jahr AG, Hamburg	Deutschland	74,90	v
G+J New Media Ventures GmbH, Hamburg	Deutschland	74,90	v
Manager Magazin Verlagsgesellschaft mbH, Hamburg	Deutschland	18,65	e

Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG, Hamburg	Deutschland	18,91	e
Gruner + Jahr Printing and Publishing Company, New York	USA	74,90	v

BMG**Sony BMG Music Entertainment**

Nordamerika			
Arista Records, Delaware	USA	50,00	q
Columbia Records Corporation, New York	USA	50,00	q
Epic Records, New York	USA	50,00	q
J Records, New York	USA	50,00	q
La Face Records, New York	USA	50,00	q
Legacy Recordings – Sony BMG Catalog, New York	USA	50,00	q
Provident Music Group, Wilmington	USA	50,00	q
RCA Music Group, New York	USA	50,00	q
Sony BMG Canada, Toronto	Kanada	50,00	q
Sony BMG Masterworks, New York	USA	50,00	q
Sony BMG Music Entertainment Nashville, Nashville	USA	50,00	q
Sony Wonder, New York	USA	50,00	q
Zomba Records, Wilmington	USA	50,00	q

Europa

Sony BMG Germany, München	Deutschland	50,00	q
Sony BMG Belgium, Brüssel	Belgien	50,00	q
Sony BMG France, Paris	Frankreich	50,00	q
Sony BMG Italy, Mailand	Italien	50,00	q
Sony BMG Netherlands, Hilversum	Niederlande	50,00	q
Sony BMG Spain, Madrid	Spanien	50,00	q
Sony BMG Sweden, Stockholm	Schweden	50,00	q
Sony BMG UK & Ireland, London	Großbritannien	50,00	q

Lateinamerika

Sony BMG Argentina, Buenos Aires	Argentinien	50,00	q
Sony BMG Brazil, Rio de Janeiro	Brasilien	50,00	q
Sony BMG Chile, Santiago	Chile	50,00	q
Sony BMG Mexico, Mexico City	Mexiko	50,00	q

Asien/Pazifik

BMG Funhouse, Tokio	Japan	50,00	q
Sony BMG Africa, Johannesburg	Südafrika	50,00	q
Sony BMG Australia, Sydney	Australien	50,00	q
Sony BMG Hong Kong, Hongkong	China	50,00	q
Sony BMG Korea, Seoul	Korea	50,00	q
Sony BMG New Zealand, Auckland	Neuseeland	50,00	q
Sony BMG Singapore, Singapur	Singapur	50,00	q
Sony BMG Taiwan, Taipeh	Taiwan	50,00	q

Arvato

Druckereien			
Deutscher Supplement Verlag GmbH, Nürnberg	Deutschland	100,00	v
Fernwärme GmbH, Gütersloh	Deutschland	51,00	v
GGP Media GmbH, Pößneck	Deutschland	100,00	v
MBS Nürnberg GmbH, Nürnberg	Deutschland	37,45	v
Medienfabrik Gütersloh GmbH, Gütersloh	Deutschland	90,00	v
Mohn Media Kalender & Promotion Service GmbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
Mohn Media Mohndruck GmbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
Prinovis Ahrensburg GmbH & Co. KG, Ahrensburg	Deutschland	37,45	v
Prinovis Dresden GmbH & Co. KG, Dresden	Deutschland	37,45	v
Prinovis Itzehoe GmbH & Co. KG, Itzehoe	Deutschland	37,45	v
Prinovis Itzehoe Service GmbH, Itzehoe	Deutschland	37,45	v
Prinovis Itzehoe Weiterverarbeitung und Logistik GmbH, Itzehoe	Deutschland	37,45	v
Prinovis Klebebindung GmbH, Nürnberg	Deutschland	37,45	v
Prinovis Ltd. & Co. KG, Hamburg	Deutschland	37,45	v
Prinovis Nürnberg GmbH & Co. KG, Nürnberg	Deutschland	37,45	v
Pro Bind Professional Binding GmbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
TV Information Services GmbH, Nürnberg	Deutschland	100,00	v

Vogel Druck und Medienservice GmbH & Co. KG, Höchberg	Deutschland	100,00	v
Wahl Media GmbH, München	Deutschland	100,00	v
Arti Grafiche Johnson S.p.A., Seriate	Italien	99,86	v
Berryville Graphics, Inc., Wilmington	USA	100,00	v
Cobrhi, S.L., Madrid	Spanien	100,00	v
Coral Graphic Services, Inc., Horsham	USA	95,10	v
Dynamic Graphic Finishing, Inc., Dauphin County	USA	95,10	v
Eurogravure S.p.A., Bergamo	Italien	69,90	v
Eurohueco, S.A., Castellbisbal (Barcelona)	Spanien	75,00	v
Istituto Italiano d'Arti Grafiche S.p.A., Bergamo	Italien	99,86	v
Mohn Media France S.A.R.L., Villepinte	Frankreich	100,00	v
Nuovo Istituto Italiano d'Arti Grafiche S.p.A., Bergamo	Italien	98,86	v
OAO Jaroslaws kij Poligraphitscheskij Kombinat, Jaroslawl	Russland	84,98	v
Offset Paperback MFRS., Inc., Dallas	USA	100,00	v
OOO Distribuzion zentr Bertelsmann, Jaroslawl	Russland	100,00	v
Prinovis Liverpool Ltd., London	Großbritannien	37,45	v
Printer Colombiana, S.A., Santa Fé de Bogotá	Kolumbien	50,00	v
Printer Industria Gráfica Newco S.L., Sant Vicenc dels Horts (Barcelona)	Spanien	100,00	v
Printer Portuguesa-Indústria Gráfica, Limitada, Mem Martins (Algueirao)	Portugal	100,00	v
Rotedic, S.A., Madrid	Spanien	100,00	v
Dienstleistungen			
1 18 18 Auskunft GmbH, Dortmund	Deutschland	100,00	v
Abacus Deutschland GmbH & Co. KG, Dortmund	Deutschland	100,00	v
Abis GmbH, Frankfurt am Main	Deutschland	18,52	q
Adress Research GmbH, Gütersloh	Deutschland	24,67	q
Arvato Direct Services Cottbus GmbH, Cottbus	Deutschland	100,00	v
Arvato Direct Services Dortmund GmbH, Dortmund	Deutschland	100,00	v
Arvato Direct Services Eiweiler GmbH, Heusweiler-Eiweiler	Deutschland	100,00	v
Arvato Direct Services GmbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
Arvato Direct Services GmbH, Neckarsulm	Deutschland	100,00	v
Arvato Direct Services Gütersloh GmbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
Arvato Direct Services Münster GmbH, Münster	Deutschland	100,00	v
Arvato Direct Services Nürnberg GmbH, Nürnberg	Deutschland	100,00	v
Arvato Direct Services Stuttgart GmbH, Kornwestheim	Deutschland	100,00	v
Arvato Direct Services Wilhelmshaven GmbH, Schortens	Deutschland	100,00	v
Arvato Direct Services Wuppertal GmbH, Wuppertal	Deutschland	100,00	v
Arvato Distribution GmbH, Harsewinkel	Deutschland	100,00	v
Arvato Logistics Services GmbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
Arvato Media GmbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
Arvato Services Healthcare Germany GmbH, Monheim	Deutschland	100,00	v
Arvato Services OWL GmbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
Auskunftei Kämpfer GmbH; Nürnberg	Deutschland	63,00	v
AZ Direct GmbH, Gütersloh	Deutschland	63,00	v
Bedirect GmbH & Co. KG, Gütersloh	Deutschland	50,00	q
BFS Finance GmbH, Verl	Deutschland	63,00	v
BFS Finance Münster GmbH, Münster	Deutschland	63,00	v
BFS Health Finance GmbH, Hagen	Deutschland	63,00	v
BFS Risk & Collection GmbH, Verl	Deutschland	63,00	v
BFS Risk Management GmbH, Verl	Deutschland	63,00	v
Credidata - Gesellschaft für allgemeine Datenverarbeitung mit beschränkter Haftung, Baden-Baden	Deutschland	63,00	v
Cross Marketing Arvato Services GmbH, München	Deutschland	100,00	v
Deutsche Post Adress GmbH, Bonn	Deutschland	30,87	q
E-Score GmbH, Baden-Baden	Deutschland	63,00	v
INFORMA Unternehmensberatungs GmbH, Pforzheim	Deutschland	63,00	v
Infoscore Accounting Services GmbH, Baden-Baden	Deutschland	63,00	v
Infoscore Business Data GmbH, Baden-Baden	Deutschland	63,00	v
Infoscore Business Support GmbH, Baden-Baden	Deutschland	63,00	v
Infoscore Consumer Data GmbH, Baden-Baden	Deutschland	34,84	v
Infoscore Finance GmbH, Baden-Baden	Deutschland	63,00	v
Infoscore Forderungsmanagement GmbH, Baden-Baden	Deutschland	63,00	v
Infoscore Software Service GmbH, Baden-Baden	Deutschland	63,00	v
Inmedia One GmbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
Isar Inkasso GmbH, München	Deutschland	63,00	v
Lambourne Productions GmbH, Herne	Deutschland	100,00	v

Media Log Spedition GmbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
Nürnberger Inkasso GmbH, Nürnberg	Deutschland	63,00	v
Rough Trade Distribution GmbH, Herne	Deutschland	100,00	v
Süd-Westdeutsche Inkasso GmbH, Baden-Baden	Deutschland	63,00	v
Teleservice International Germany GmbH, Flensburg	Deutschland	100,00	v
Thomas Abeking Verlag für technische Dokumentation GmbH, Grefrath	Deutschland	100,00	v
Verlag Automobil Wirtschaft GmbH, Grefrath	Deutschland	100,00	v
Verlegerdienst München GmbH, Gilching	Deutschland	100,00	v
Webmiles GmbH, München	Deutschland	100,00	v
Arvato Communication Services France SAS, Malakoff	Frankreich	100,00	v
Arvato Customer Services N.V., Kontich	Belgien	80,00	v
Arvato Government Services (ERYC) Ltd., Liverpool	Großbritannien	100,00	v
Arvato Government Services Ltd., East Riding	Großbritannien	80,10	v
Arvato Logistics Services AG, Pratteln	Schweiz	100,00	v
Arvato Media Services France SAS, Malakoff	Frankreich	100,00	v
Arvato Print and Mail Services N.V., Kontich	Belgien	80,00	v
Arvato Services Asia Pacific Pte. Ltd., Singapur	Singapur	100,00	v
Arvato Services Australia Pacific Pty. Ltd., Castle Hill (Sydney)	Australien	100,00	v
Arvato Services Belgium N.V., Antwerpen	Belgien	80,00	v
Arvato Services Canada, Inc., Kitchener	Kanada	100,00	v
arvato services Estonia OÜ, Tallinn	Estland	100,00	v
Arvato Services France S.A.R.L., Noyelles sous Lens	Frankreich	100,00	v
Arvato Services Iberia, S.A., Barcelona	Spanien	100,00	v
Arvato Services, Inc., Valencia	USA	100,00	v
Arvato Services Ltd., Liverpool	Großbritannien	100,00	v
Arvato Services Nederland B.V., Abcoude	Niederlande	80,00	v
Arvato Services Polska, Polen	Polen	100,00	v
Arvato Services S.A., Buenos Aires	Argentinien	100,00	v
Arvato Telekomünikasyon Hizmetleri Anonim Sirketi, Istanbul	Türkei	100,00	v
Arvato Teleservice ApS, Padborg	Dänemark	100,00	v
AZ Direct AG, Luzern	Schweiz	63,00	v
Benefit Nation, Inc., Fairfax Station	USA	100,00	v
BFS Finance Ltd., Dublin	Irland	100,00	v
CEACOM SARL, Le Havre	Frankreich	100,00	v
Creditexpress Magyarorszag Penzügyi Szolgaltato Kft., Budapest	Ungarn	32,13	q
DM Michelotti AG, Rotkreuz	Schweiz	63,00	v
Duacom SARL, Douai	Frankreich	100,00	v
Eurodirect Marketing Lettershop SAS, Geispolsheim	Frankreich	100,00	v
Eurodirect - Société Européenne de Routage S.A., Geispolsheim	Frankreich	100,00	v
Euromedia Group k.s., Prag	Tschechische Republik*	100,00	v
Europost SAS, Saulcy sur Meurthe	Frankreich	100,00	v
Faksimile Verlag AG, Luzern	Schweiz	100,00	v
Gauntlet Entertainment Ltd., Orpington	Großbritannien	100,00	v
Infoscore France SARL, Strasbourg	Frankreich	63,00	v
Infoscore GmbH, Wien	Österreich	63,00	v
Infoscore Inkasso AG, Schlieren	Schweiz	60,97	v
Infoscore SOFTWARE SERVICES IRELAND Ltd., Kilkenny	Irland	63,00	v
Phone Assistance, S.A., Casablanca	Marokko	59,49	v
Phone Group, S.A., Casablanca	Marokko	60,00	v
Phone Online S.A.R.L., Casablanca	Marokko	59,89	v
Phone Serviplus, S.A., Casablanca	Marokko	59,52	v
Pinnacle Entertainment Ltd., Orpington	Großbritannien	100,00	v
Pinnacle Software Ltd., Orpington	Großbritannien	100,00	v
Prosoft Scitechnology (Xiamen) Co., Ltd., Xiamen	China	100,00	v
SME Distribution (France) S.A.S., Bussy	Frankreich	100,00	v
Teleservice International Portugal, Limitada, Porto	Portugal	100,00	v
Teleservice International Switzerland GmbH, Oberägeri	Schweiz	100,00	v
Teleservice International Telefon Onarim ve Tic Ltd., Istanbul	Türkei	100,00	v
Teleservice Norway AS, Oslo	Norwegen	100,00	v
Total Distribución, S.A., Alcorcón (Madrid)	Spanien	100,00	v
VAW CZ, s.r.o., Mladá Boleslav	Tschechische Republik*	100,00	v

Verlag Automobil Wirtschaft (Pty.) Ltd., Port Elizabeth	Südafrika	100,00	v
Verlag Automobil Wirtschaft GmbH do Brasil Ltda., Sao Paulo	Brasilien	100,00	v
Verlag Automobil Wirtschaft, S.L., Barcelona	Spanien	100,00	v
Verlagsservice für Bildungssysteme und Kunstobjekte GmbH & Co. KG, Wien	Österreich	75,00	v
Verlagsservice Süd AG, Glattbrugg	Schweiz	100,00	v

IT

Arvato Mobile GmbH, Hamburg	Deutschland	100,00	v
Arvato Systems GmbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
Arvato Systems Technologies GmbH, Rostock	Deutschland	100,00	v
Empolis GmbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
Moconta Betriebs GmbH & Co. KG, Gütersloh	Deutschland	50,00	q
„S 4 M“ Solutions for Media GmbH, Köln	Deutschland	80,16	v
Arvato Mobile Solucoes para Telefonía Móvel, Ltda., Sao Paulo	Brasilien	100,00	v
Arvato Mobile UK Ltd., London	Großbritannien	100,00	v
Arvato Systems Malaysia Sdn. Bhd., Kuala Lumpur	Malaysia	100,00	v
Arvato Systems North America, Inc., Wilmington	USA	100,00	v
Arvato Systems (Shanghai) Co. Ltd., Shanghai	China	100,00	v
Arvato Systems (Thailand) Ltd., Bangkok	Thailand	49,00	v
Arvato Systems UK & Ireland Ltd., London	Großbritannien	100,00	v
Empolis Polska Spolka z ograniczona odpowiedzialnoscia, Warschau	Polen	100,00	v
Movota Ltd., Witney	Großbritannien	100,00	v
OOO Arvato Mobile, Moskau	Russland	100,00	v
TJ.net S.p.A., Rom	Italien	100,00	v

Speichermedien

Arvato Storage Media GmbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
Sonopress Produktionsgesellschaft für Ton- und Informationsträger mbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
Topac Multimedia Print GmbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
Arvato de Mexico, S.A. de C.V. Mexico-City	Mexico	100,00	v
Arvato do Brasil Indústria e Serviços Gráficos, Logística e Distribuidora Ltda., Sao Paulo	Brasilien	100,00	v
OOO Sonopress, Jaroslavl	Russland	100,00	v
Sonopress France SAS, Paris	Frankreich	100,00	v
Sonopress Iber-Memory S.A., Coslada (Madrid)	Spanien	100,00	v
Sonopress Ireland Ltd., Dublin	Irland	100,00	v
Sonopress Italia S.r.l., Mailand	Italien	100,00	v
Sonopress LLC, Wilmington	USA	100,00	v
Sonopress Pan Asia Ltd., Hongkong	China	100,00	v
Sonopress Pan Asia Tokyo Co., Ltd., Tokio	Japan	100,00	v
Sonopress Pty Ltd, Waterloo	Australien	100,00	v
Sonopress – Rimo Argentina, S.A., Buenos Aires	Argentinien	52,00	v
Sonopress-Rimo Indústria e Comércio Fonográfica Sao Paulo	Brasilien	52,00	v
Sonopress Shanghai Multimedia Technology Co. Ltd., Shanghai	China	100,00	v
Sonopress Shenzhen Multimedia Technology Co., Ltd., Shenzhen	China	100,00	v
Sonopress Singapore Pte. Ltd., Singapur	Singapur	100,00	v
Sonopress South Africa (Proprietary) Ltd., Bromhof (Johannesburg)	Südafrika	100,00	v
Sonopress (UK) Ltd., Wednesbury (Birmingham)	Großbritannien	100,00	v
Zhejiang Huahong Opto Electronics Group Co. Ltd., Zhejiang Province	China	30,00	e

Direct Group**Deutschsprachige Länder**

FCB Freizeit-Club Betreuungs-GmbH & Co., Hamburg	Deutschland	50,00	q
Nionex GmbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
RM Buch und Medien Vertrieb GmbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
RTL Club GmbH, Rheda-Wiedenbrück	Deutschland	100,00	v
Wissen Media Verlag GmbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
Wissen.de GmbH Gesellschaft für Online-Information, München	Deutschland	100,00	v
Bertelsmann Medien (Schweiz) AG, Zug	Schweiz	100,00	v
Buchgemeinschaft Donauland Kremayr & Scheriau, Wien	Österreich	75,00	v

Iberische Halbinsel/Südamerika

Bertrand Editora Ltda., Lissabon	Portugal	100,00	v
Circulo de Lectores de Venezuela, S.A., Caracas	Venezuela	50,00	v
Circulo de Lectores, S.A., Barcelona	Spanien	100,00	v
Circulo de Lectores S.A., Bogota	Kolumbien	50,00	v
Circulo de Leitores, S.A., Lissabon	Portugal	100,00	v
Circulo de Lectores S.A., Quito	Ecuador	50,00	v
Distribuidora de Livros Bertrand Ltda., Lissabon	Portugal	100,00	v
Intermedio Editores Ltda., Bogota	Kolumbien	49,99	v
Lexicultural – Actividades Editoriais, Limitada, Buraca (Lissabon)	Portugal	100,00	v
Librerias Bertrand, S.L., Barcelona	Spanien	100,00	v
Livraria Bertrand Sociedade de Comercio Livreiro S.A., Lissabon	Portugal	100,00	v

Französisch-/Flämischsprachige Länder

Alsatia S.A., Mulhouse	Frankreich	99,87	v
ECl voor Boeken en Platen B.V., Vianen	Niederlande	100,00	v
Euroboek N.V., Antwerpen	Belgien	100,00	v
France Loisirs Belgique S.A., Ath	Belgien	100,00	v
France Loisirs (Suisse) S.A., Crissier	Schweiz	100,00	v
France Loisirs S.A.R.L., Paris	Frankreich	100,00	v
Le Grand Livre du Mois S.A., Paris	Frankreich	48,99	v
Le Groupe Librairies Privat, Librairies du Savoir S.A., Paris	Frankreich	100,00	v
Livres et Compagnie S.A.S., Paris	Frankreich	100,00	v
Québec Loisirs Inc., Ville St. Laurent	Kanada	100,00	v
Société Générale d'Édition et de Diffusion SGED, s.n.c. (i.L.), Paris	Frankreich	50,00	q

Italien/Osteuropa

Bertelsmann Media Moskau AO, Moskau	Russland	100,00	v
Bertelsmann Media – Swiat Ksiazki, Warschau	Polen	100,00	v
Book Club »Family Leisure Club« Ltd., Belgrad	Russland	100,00	v
Book Club »Family Leisure Club« Ltd., Charkow	Ukraine	100,00	v
Euromedia Group k.s., Prag	Tschechische Republik	100,00	v
Ikar a.s., Bratislava	Slovakei	100,00	v
Mondolibri S.p.A., Mailand	Italien	50,00	q

Asien

Beijing 21st Century Book Chain Co., Ltd., Peking	China	40,00	q
Bertelsmann Asia Publishing, Hongkong	China	100,00	v
Bertelsmann Consulting (Shanghai) Co. Ltd., Shanghai	China	100,00	v
Daekyo Bertelsmann Co., Ltd., Seoul	Korea	25,00	e
Daekyo Bertelsmann Educational Services Limited, Hongkong	China	50,00	q
Direct Sourcing (HK) Ltd., Hongkong	China	100,00	v
Liaoning Bertelsmann Book Distribution Co., Ltd., Shenyang	China	49,00	q
Shanghai Bertelsmann Culture Industry Co. Ltd., Shanghai	China	80,00	v

Englischsprachige Länder

BOL Ltd., London	Großbritannien	100,00	v
Book Club Associates, London	Großbritannien	100,00	v
Bookspan (Partnership), Delaware	USA	50,00	q
Doubleday Australia Pty. Ltd., Lane Cove (Sydney)	Australien	100,00	v
Doubleday Canada Ltd., Toronto	Kanada	100,00	v

BMG Columbia House

BMG Columbia House, Inc., Dauphin County	USA	100,00	v
Columbia House Company Canada, Scarborough	Kanada	100,00	v

Sonstige

Bertelsmann Multimedia GmbH, Gütersloh	Deutschland	100,00	v
Buch.de AG, Münster	Deutschland	26,70	e

Stand: 31. Dezember 2006

Alle Beteiligungsangaben zeigen die Anteile an den Konzerngesellschaften in Prozent.

Die Konsolidierungsstufen sind wie folgt definiert:

- v = voll konsolidiert
- q = quotall konsolidiert
- e = assoziiert at equity
- * = Betriebsabteilung

33 Befreiung inländischer Gesellschaften von Aufstellung, Prüfung und Offenlegung

Für folgende Tochtergesellschaften wurden für das zum 31. Dezember 2006 endende Geschäftsjahr die Befreiungsvorschriften des § 264 Abs. 3 HGB über die ergänzenden Vorschriften für

Abacus Deutschland Verwaltungs GmbH	Dortmund
ADLER Immobilienverwaltungs GmbH	Gütersloh
arvato AG	Gütersloh
Arvato Direct Services Cottbus GmbH	Cottbus, Brandenburg, Stralsund
Arvato Direct Services Dortmund GmbH	Dortmund
Arvato Direct Services eiweiler GmbH	Mannheim
Arvato Direct Services GmbH	Gütersloh
Arvato Direct Services Gütersloh GmbH	Gütersloh, Springe
Arvato Direct Services München GmbH	München
Arvato Direct Services Münster GmbH	Münster
Arvato Direct Services Neckarsulm GmbH	Neckarsulm
Arvato Direct Services Nürnberg GmbH	Nürnberg
Arvato Direct Services Stuttgart GmbH	Kornwestheim
Arvato Direct Services Wilhelmshaven GmbH	Schortens
Arvato Direct Services Wuppertal GmbH	Wuppertal
Arvato Distribution GmbH	Harsewinkel
Arvato Infoscore GmbH	Baden-Baden
Arvato Logistics services GmbH	Gütersloh
Arvato Media GmbH	Gütersloh
Arvato Middle East Sales GmbH	Gütersloh
Arvato Mobile GmbH	Hamburg
Arvato Services Solutions GmbH	Gütersloh
Arvato Storage Media GmbH	Gütersloh
Arvato Systems GmbH	Gütersloh
Arvato Systems Technologies GmbH	Rostock
ASM Holding GmbH	Gütersloh
Auskunftei Kämpfer GmbH	Nürnberg
AZ Direct GmbH	Gütersloh, Garching
Bertelsmann Capital Holding GmbH	Hamburg
Bertelsmann Capital Ventures GmbH	München
Bertelsmann Immobilien GmbH	Gütersloh
Bertelsmann Korea Beteiligungs GmbH	Gütersloh
Bertelsmann Multimedia GmbH	Gütersloh
Bertelsmann Music Group GmbH	Gütersloh, München
Bertelsmann Online Beteiligungsgesellschaft mbH	Gütersloh
Bertelsmann Online International GmbH	Gütersloh
Bertelsmann Treuhand- und Anlagegesellschaft mit beschränkter Haftung	Gütersloh
Bertelsmann TV Beteiligungs GmbH	Gütersloh
BFS Finance GmbH	Verl
BFS Finance Münster GmbH	Münster
BFS Health Finance GmbH	Dortmund
BFS Risk & Collection GmbH	Verl
BMG Deutschland GmbH	Gütersloh, München
Cross Marketing Arvato Services GmbH	München
Deutscher Supplement Verlag GmbH	Nürnberg
DirectGroup Bertelsmann GmbH	Gütersloh
Dreiklang-Dreimasken, Bühnen- und Musikverlag Gesellschaft mit beschränkter Haftung *	München
Empolis GmbH	Gütersloh
E-Score GmbH	Baden-Baden
GGP Media GmbH	Pößneck
Hotel & Gastronomie Gütersloh GmbH	Gütersloh
IFS Beteiligungs GmbH	Baden-Baden
INFORMA Unternehmensberatungs GmbH	Pforzheim
Infoscore Business Data GmbH	Baden-Baden
Infoscore Business Support GmbH	Baden-Baden
Infoscore Consumer Data GmbH	Baden-Baden
Infoscore Datenmanagement Beteiligungs GmbH	Baden-Baden
Infoscore Forderungsmanagement GmbH	Baden-Baden
Infoscore Infodata Beteiligungs GmbH	Baden-Baden
Infoscore Software Service GmbH	Baden-Baden

Kapitalgesellschaften zur Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht sowie über die Prüfung und Offenlegung von Kapitalgesellschaften in Anspruch genommen:

Inmedia One GmbH	Gütersloh
Isar-Inkasso-GmbH	München
JKL Beteiligungs GmbH	Gütersloh
Lambourne Productions GmbH	Herne
Maul + Co - Chr. Belser GmbH	Nürnberg
Media Log Spedition GmbH	Gütersloh
Medien Dr. phil. Egon Müller Service GmbH	Verl
Medienfabrik Gütersloh GmbH	Gütersloh
MNO Beteiligungs GmbH	Gütersloh
Moconta GmbH	Gütersloh
Mohn Media Bindery GmbH	Gütersloh
Mohn Media Energy GmbH	Gütersloh
MOHN Media Kalender & Promotion Service GmbH	Gütersloh
Mohn Media Print GmbH	Gütersloh
Mohn Media Sales GmbH	Gütersloh
Nürnberger Inkasso GmbH	Nürnberg
Pro Bind Professional Binding GmbH	Gütersloh
PSC Print Service Center GmbH	Oppurg
Reinhard Mohn GmbH	Gütersloh
RM Buch und Medien Vertrieb GmbH	Gütersloh, Berlin, Rheda-Wiedenbrück
RM Customer Direct GmbH	Nordhorn
RM Erste Beteiligungsverwaltungs GmbH	Gütersloh
RM Filial-Vertrieb GmbH	Rheda-Wiedenbrück
RM Kunden-Service GmbH	Gütersloh, Rheda-Wiedenbrück
RM Promotion GmbH	Gütersloh
Rough Trade Distribution GmbH	Herne
RTL Club GmbH	Rheda-Wiedenbrück
Süd-Westdeutsche Inkasso GmbH	Baden-Baden
Thomas Abeking Verlag für technische Dokumentation GmbH	Grefrath
TV Information Services GmbH	Nürnberg
Verlag RM GmbH	Gütersloh
Verlagsgruppe Random House GmbH	Gütersloh, München
Verlagsgruppe Random House GmbH - Random House Audio	Köln
Verlegerdienst München GmbH	Gilching
Wahl Media GmbH	München
Wissen Media Group GmbH	München
1 18 18 Auskunft GmbH	Dortmund

Weiterhin wurden für das zum 31. Dezember 2006 endende Geschäftsjahr die Befreiungsvorschriften des § 264b HGB für die folgenden Gesellschaften in Anspruch genommen:

Abacus Deutschland GmbH & Co. KG	Dortmund
Börse Online Verlag GmbH & Co. KG	München
Döbelner Verlags GmbH & Co. KG	Döbeln
Dresdner Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG	Dresden
Ehrlich & Sohn GmbH & Co. KG	Hamburg
G+J Immobilien GmbH & Co. KG	Hamburg
Gruner + Jahr AG & Co KG	Hamburg
IP Internationale Presse - MD & M Pressevertrieb GmbH & Co. KG	Mörfelden-Walldorf
Kurier Directservice Dresden GmbH & Co. KG	Dresden
Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG	Stuttgart
Motor-Presse International Verlagsgesellschaft Holding mbH & Co. Betriebs-KG	Stuttgart
Prinovis Ahrensburg GmbH & Co. KG	Hamburg
Prinovis Dresden GmbH & Co. KG	Hamburg
Prinovis Itzehoe GmbH & Co. KG	Hamburg
Prinovis Ltd. & Co. KG	Hamburg
Prinovis Nürnberg GmbH & Co. KG	Nürnberg
SI Special Interest - MD & M Pressevertrieb GmbH & Co. KG	Mörfelden-Walldorf
Sport+Freizeit Verlag GmbH & Co. KG	Stuttgart
Vogel Druck- und Medienservice GmbH & Co. KG	Höchberg

34 Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns

Aus dem Bilanzgewinn der Bertelsmann AG von 765 Mio. € werden am 15. Mai 2007 auf die Genussscheine satzungsgemäß 77 Mio. € ausgeschüttet. Der Vorstand schlägt der Hauptver-

sammlung vor, den nach der Ausschüttung an die Genussscheininhaber verbleibenden Bilanzgewinn von 688 Mio. € wie folgt zu verwenden:

	Mio. €
Verbleibender Bilanzgewinn	688
Dividende an die Aktionäre	-120
Vortrag auf neue Rechnung	568

Der Vorstand der Bertelsmann AG hat den Konzernabschluss am 5. März 2007 zur Weitergabe an den Aufsichtsrat freigegeben.

Der Aufsichtsrat hat die Aufgabe, den Konzernabschluss zu prüfen und zu erklären, ob er den Konzernabschluss billigt.

Gütersloh, den 5. März 2007

Bertelsmann AG
Der Vorstand:

Dr. Thielen

Dr. Kundrun

Olson

Ostrowski

Dr. Rabe

Dr. Walgenbach

Zeiler

Der Aufsichtsrat

Reinhard Mohn Ehrenvorsitzender

Prof. Dr. Dieter H. Vogel Vorsitzender

Geschäftsführender Gesellschafter der LGB & Vogel GmbH

- Gerling-Konzern Versicherungs-Beteiligungs AG (bis 30.4.2006)
- Klöckner & Co AG (seit 7.6.2006) (Vorsitz seit 21.6.2006)
- mobilcom AG (Vorsitz) (bis 22.2.2007)
- telunico holding AG (Vorsitz seit 2.2.2006) (bis 22.2.2007)
- Wacker Construction Equipment AG (Vorsitz) (bis 9.11.2006)
- WCM Beteiligungs- und Grundbesitz AG (Vorsitz) (bis 31.1.2006)
- Debrunner König Holding AG
- HSBC Trinkaus & Burkhardt AG
- Klöckner & Co GmbH (Vorsitz) (bis 27.9.2006)

Prof. Dr. Jürgen Strube Stellvertretender Vorsitzender Vorsitzender des Aufsichtsrats der BASF AG

- Allianz Deutschland AG (seit 20.10.2006)
- Allianz Lebensversicherungs-AG (bis 19.10.2006)
- BASF AG (Vorsitz)
- BMW AG
- Commerzbank AG
- Fuchs Petrolub AG (Vorsitz)
- Hapag-Lloyd AG
- Linde AG

Dr. Wulf H. Bernotat (seit 22.5.2006) Vorsitzender des Vorstands der E.ON AG

- Allianz AG
- Metro AG
- E.ON Energie AG (Vorsitz)
- E.ON Ruhrgas AG (Vorsitz)
- E.ON Nordic AB (Vorsitz)
- E.ON UK plc (Vorsitz)
- E.ON US Investments Corp. (Vorsitz)
- E.ON Sverige AB (Vorsitz)

André Desmarais (bis 4.7.2006) President und Co-Chief Executive Officer der Power Corporation of Canada

- CITIC Pacific, Ltd.
- Gesca Ltée
- Great-West Lifeco, Inc.
- IGM Financial, Inc.
- Investors Group, Inc.
- Neurochem Inc. (seit 9.5.2006)
- Pargesa Holding S.A.
- Power Financial Corporation (Stv. Vorsitz)
- Power Technology Investment Corporation
- The Great-West Life Assurance Company

Dr. Claus-Michael Dill Vorsitzender des Vorstands der DAMP Holding AG (seit 1.1.2006)

- DBV Winterthur Holding AG (seit 31.5.2006)
- DBV Winterthur Krankenversicherung AG (seit 3.4.2006)
- Kölnische Rückversicherung AG (Stv. Vorsitz)
- TÜV Rheinland Holding AG (Vorsitz)
- Fachklinik Schleswig GmbH (seit 7.3.2006)
- Hanse-Klinikum Stralsund GmbH
- Hanse-Klinikum Wismar GmbH (seit 6.10.2006)
- Martin-Luther-Krankenhaus Schleswig GmbH (seit 4.7.2006)
- TÜV Rheinland Berlin Brandenburg Pfalz e.V.

John R. Joyce Managing Director Silver Lake

- Gartner, Inc.
- Avago Technologies Limited
- Serena Software, Inc. (seit 10.3.2006)

Dr. Hans-Joachim Körber Vorsitzender des Vorstands der Metro AG

- Kaufhof Warenhaus AG (Vorsitz)
- Real Holding GmbH
- Air Berlin PLC (seit 9.5.2006)
- Loyalty Partner GmbH (bis 24.1.2006)
- LP Holding GmbH (seit 13.2.2006)
- Skandinaviska Enskilda Banken AB

Oswald Lexer Stellvertretender Vorsitzender des Konzernbetriebsrats der Bertelsmann AG

Prof. Dr.-Ing. Joachim Milberg Vorsitzender des Aufsichtsrats der BMW AG

- Allianz Versicherungs-AG (bis 22.11.2006)
- BMW AG (Vorsitz)
- Festo AG
- MAN AG (Stv. Vorsitz)
- Deere & Company
- Leipziger Messe GmbH (bis 20.12.2006)

Christoph Mohn (seit 15.11.2006) Chief Executive Officer Lycos Europe N.V.

- Lycos Armenia csjg
- Jubii A/S
- Lycos Ltd.
- Lycos Italia S.r.l.
- Lycos Espana Internet Services S.L.
- Lycos Netherlands BV
- Lycos Europe BV

Liz Mohn Vorsitzende der Gesellschafterversammlung und Geschäftsführerin der Bertelsmann Verwaltungsgesellschaft mbH (BVG) Stellvertretende Vorsitzende des Vorstands der Bertelsmann Stiftung

Willi Pfannkuche Mitglied des Konzernbetriebsrats der Bertelsmann AG

Erich Ruppik Vorsitzender des Konzernbetriebsrats der Bertelsmann AG

Gilles Samyn (bis 4.7.2006)

Managing Director der
Frère-Bourgeois,
Managing Director und Vice
Chairman der Compagnie Nationale
à Portefeuille S.A.

- Eiffage S.A. (seit 3.3.2006)
- Groupe Bruxelles Lambert S.A.
- Groupe Flo S.A. (seit 19.4.2006)
- Pargesa Holding S.A.
- RTL Group S.A. (bis 4.7.2006)

Richard Sarnoff

Vorsitzender der Führungskräfte-
vertretung der Bertelsmann AG
President, BDMI und Random House
Ventures

- Activision, Inc.
- American Reading Company
- Audible, Inc.
- Classic Media (bis 1.12.2006)
- Princeton Review, Inc.
- Xlibris, Inc.
- Vocel, Inc.

Lars Rebien Sørensen

President und CEO der Novo
Nordisk A/S

- Scandinavian Airlines System AB
(bis 20.4.2006)
- Zymo Genetics, Inc.

Christian van Thillo (bis 22.5.2006)

Chief Executive Officer De
Persgroep NV

- National Bank of Belgium

Ausschüsse des Aufsichtsrats**Personalausschuss**

Prof. Dr. Dieter H. Vogel (Vorsitz)
Prof. Dr.-Ing. Joachim Milberg
Liz Mohn
Prof. Dr. Jürgen Strube

Prüfungs- und Finanzausschuss

Prof. Dr. Jürgen Strube (Vorsitz)
Dr. Claus-Michael Dill
John R. Joyce
Christoph Mohn
Erich Ruppik

**Strategie- und Investitions-
ausschuss**

Prof. Dr. Dieter H. Vogel (Vorsitz)
Dr. Wulf H. Bernotat
Dr. Hans-Joachim Körber
Prof. Dr.-Ing. Joachim Milberg
Richard Sarnoff
Lars Rebien Sørensen

**Arbeitskreis der Mitarbeiter-
vertreter im Aufsichtsrat**

Liz Mohn (Vorsitz)
Oswald Lexer
Willi Pfannkuche
Erich Ruppik
Richard Sarnoff

- Mitgliedschaft in gesetzlich zu bildenden inländischen Aufsichtsräten
- Mitgliedschaft in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen

Der Vorstand

Dr. Gunter Thielen

Vorsitzender

- Arvato AG (Vorsitz)
- Druck- und Verlagshaus Gruner + Jahr AG (Vorsitz)
- Bertelsmann, Inc. (Vorsitz)
- Leipziger Messe GmbH ¹⁾
- RTL Group S.A.
- Sony BMG Management Co., LLC

Dr. Bernd Kundrun

Vorsitzender des Vorstands der Gruner + Jahr AG

- Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG
- Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG
- Prinovis, Ltd. (UK)
- PP3 SNC (FR)
- G+J USA Group, Inc. (USA)
- G+J Printing and Publishing (USA)
- Stern Magazine Corporation

Peter Olson, J.D./MBA

Chairman und Chief Executive Officer von Random House

- Bertelsmann, Inc.
- Grupo Editorial Random House Mondadori, S.L. (bis 4.5.2006)
- Random House Direct, Inc.
- Random House Films LLC
- Random House Kodansha Co., Ltd.
- Random House Korea, Inc.
- Random House Mondadori, S.A. (seit 30.6.2006)
- Random House V.G., Inc. (bis 31.10.2006)
- Random House VG LLC
- Triumph Books Corp. (seit 30.6.2006)

¹⁾ Konzernfremde Mandate

- Mitgliedschaft in gesetzlich zu bildenden inländischen Aufsichtsräten
- Mitgliedschaft in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen

Hartmut Ostrowski

Vorsitzender des Vorstands der Arvato AG

- Arvato Services Canada, Inc.
- Arvato Services, Inc.
- Bertelsmann Holding Spain S.A. (Vorsitz)
- Berryville Graphics, Inc.
- Coral Graphic Services of Kentucky, Inc.
- Coral Graphic Services, Inc.
- Coral Graphic Services of Virginia, Inc.
- Dynamic Graphic Finishing, Inc.
- Eurohueco S.A. (Vorsitz)
- Istituto Italiano d'Arti Grafiche S.p.A. (Vorsitz)
- Maul + co – Chr. Belser GmbH (Vorsitz)
- Media Finance Holding, S.L. (Vorsitz)
- Offset Paperback MFRS, Inc.
- Phone Assistance S.A.
- Phone Serviplus S.A.
- Printer Industria Grafica Newco, S.L. (Vorsitz)
- Stampers, Ltd.

Dr. Thomas Rabe

Chief Financial Officer (seit 1.1.2006)

Leiter des Unternehmensbereichs Bertelsmann Music Group (BMG)

(seit 10.2.2006)

- Druck und Verlagshaus Gruner+Jahr AG (seit 29.3.2006)
- Antena 3 de Television S.A. (bis 1.1.2006)
- Archivio Ricordi S.p.A. (seit 6.7.2006)
- Audiomédia Investments S.A. (bis 1.1.2006)
- Bertelsmann Digital Media Investments S.A. (seit 4.12.2006)
- Bertelsmann, Inc. (ab 1.1.2006)
- Broadcasting Center Europe S.A. (Vorsitz) (bis 1.1.2006)
- Channel 5 Television Group, Ltd. (bis 27.1.2006)
- CLT-UFA S.A. (bis 1.1.2006)
- Ediradio S.A. (Stv. Vorsitz) (bis 1.1.2006)
- Fremantle Media S.A. (bis 1.1.2006)
- Media-Assurance S.A. (Vorsitz) (bis 1.1.2006)
- Métropole Télévision S.A. (bis 7.3.2006)
- OOO Media Holding Ren-TV (bis 10.2.2006)
- RTL Group Central & Eastern Europe S.A. (Vorsitz) (bis 1.1.2006)
- RTL Group Germany S.A. (bis 1.1.2006)
- RTL Group S.A. (seit 1.1.2006)
- RTL Hrvatska d.o.o. za usluge (bis 1.1.2006)
- Sony BMG Management Co., LLC (seit 1.1.2006)
- Sportfive S.A.
- TVI Télévision Indépendante S.A.

Rolf Schmidt-Holtz

Chief Creative Officer der

Bertelsmann AG (bis 10.2.2006)

Chairman und Chief Executive Officer der Bertelsmann Music Group (BMG) (bis 10.2.2006)

- Druck- und Verlagshaus Gruner + Jahr AG (bis 10.2.2006)
- RTL Group S.A. (bis 10.2.2006)
- Bertelsmann, Inc. (bis 10.2.2006)
- BMG Music Publishing NA, Inc. (bis 10.2.2006)
- Sony BMG Management Co., LLC (Vorsitz bis 10.2.2006)
- The 25th Anniversary Foundation, Inc.
- Zomba Enterprises, Inc. (bis 10.2.2006)

Dr. Ewald Walgenbach

Chief Executive Officer der

Direct Group Bertelsmann

- BOL.com AG (Vorsitz) (bis 7.8.2006)
- Bertelsmann Management (Shanghai) Co., Ltd.
- BOL Books Online Italia S.p.A. (Vorsitz) (bis 20.6.2006)
- Bookspan
- Daekyo Bertelsmann Educational Services Ltd. (Vorsitz)
- OTTO Media GmbH & Co. KG
- Mondolibri S.p.A. (Vorsitz)
- RTL Group S.A.
- Shanghai Bertelsmann Culture Industry Co., Ltd.

Gerhard Zeiler

Chief Executive Officer der

RTL Group

- Broadcasting Center Europe S.A. (Vorsitz) (seit 30.1.2006 bis 15.12.2006)
- Channel 5 Television Group, Ltd. (Vorsitz) (seit 27.1.2006 bis 1.7.2006)
- CLT-UFA S.A.
- Ediradio S.A. (bis 1.6.2006)
- Fremantle Media S.A. (Vorsitz) (bis 1.7.2006)
- Métropole Télévision S.A.
- M-RTL ZRT (Vorsitz)
- N-TV Nachrichtenfernsehen Beteiligungs GmbH (bis 12.5.2006)
- RTL Hrvatska d.o.o. za usluge
- RTL Television GmbH

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der Bertelsmann AG aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2006 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben. Ergänzend wurden wir beauftragt zu beurteilen, ob der Konzernabschluss auch den IFRS insgesamt entspricht.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung sowie unter ergänzender Beachtung der International Standards on Auditing (ISA) 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 anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bilds 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 Abschlüsse 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 Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung auf Grund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den IFRS insgesamt und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Bielefeld, den 7. März 2007

KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Reinke	Dr. Schurbohm-Ebneth
Wirtschaftsprüfer	Wirtschaftsprüfer

Glossar

Bertelsmann Value Added (BVA)

Eine zentrale Steuerungskennzahl zur Beurteilung der Ertragskraft des operativen Geschäfts und der Rentabilität des investierten Kapitals. Der BVA ist die Differenz von Net Operating Profit After Tax (NOPAT), definiert als das um den pauschalen Konzernsteuersatz von 33 Prozent bereinigte Operating EBIT, und den Kapitalkosten. Die Kapitalkosten entsprechen dem Produkt aus Kapitalkostensatz (einheitlich 8 Prozent nach Steuern) und investiertem Kapital (Aktiva, die dem operativen Unternehmenszweck dienen, abzüglich operativer Verbindlichkeiten, die dem Unternehmen unverzinslich zur Verfügung stehen).

Business Process Outsourcing

Business Process Outsourcing umfasst die Auslagerung ganzer Unternehmensprozesse an ein Drittunternehmen.

Cash Conversion Rate

Eine Kennzahl zur Beurteilung der operativen Mittelfreisetzung. Sie ermittelt sich aus dem Verhältnis von Operating Free Cash Flow zu Operating EBIT.

Contractual Trust Arrangement (CTA)

Konzept zur Auslagerung und Insolvenzsicherung von Pensionsverpflichtungen durch Übertragung von Vermögenswerten auf einen Treuhänder. Übertragene Vermögenswerte werden nach IFRS als Planvermögen klassifiziert und mit Pensionsverbindlichkeiten des Unternehmens saldiert.

Coverage Ratio (Zinsdeckungsgrad)

Die Coverage Ratio (Zinsdeckungsgrad) ist ein wesentliches Finanzierungsziel. Sie berechnet sich aus dem Verhältnis von Operating EBITDA zum Finanzergebnis. Hierbei werden die im Jahresabschluss ausgewiesenen Zahlen modifiziert.

IFRS

Abkürzung für International Financial Reporting Standards. Rechnungslegungsnormen, die eine international vergleichbare Bilanzierung und Publizität gewährleisten sollen.

Impairment

Außerplanmäßige Abschreibungen auf Vermögensgegenstände.

Joint Venture

Ein Joint Venture ist eine vertragliche Vereinbarung, in der zwei oder mehr Partner ein Unternehmen gemeinschaftlich führen. Joint Ventures beziehungsweise Gemeinschaftsunternehmen werden entsprechend der Kapitalbeteiligungsquote in den Konzernabschluss einbezogen.

Leverage Faktor

Der Leverage Faktor ergibt sich aus dem Verhältnis der wirtschaftlichen Finanzschulden zum Operating EBITDA. Um eine Abbildung der tatsächlichen Finanzkraft von Bertelsmann über eine wirtschaftliche Betrachtungsebene zu ermöglichen, werden die im Jahresabschluss ausgewiesenen Zahlen leicht modifiziert.

Operating EBIT

Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern sowie vor Sondereinflüssen.

Operating EBITDA

Ergebnis vor Finanzergebnis, Steuern, Abschreibungen sowie vor Sondereinflüssen.

Rating

Ausdruck einer Bonitätseinschätzung bezüglich eines Schuldners oder eines Finanzinstruments durch eine auf Bonitätsanalysenspezialisierte Agentur.

Sondereinflüsse

Ertrags- oder Aufwandsposten, die aufgrund ihrer Art, Höhe oder Häufigkeit einen besonderen Charakter besitzen und deren Angabe relevant für die Beurteilung der Ertragskraft des Unternehmens beziehungsweise seiner Segmente in der Periode ist. Gemäß IFRS sind diese separat auszuweisen. Hierunter fallen etwa Restrukturierungsmaßnahmen, Impairments und Gewinne/Verluste aus Beteiligungsverkäufen.

Syndizierte Kreditlinie

Kreditlinie unter der Beteiligung einer Gruppe von Banken.

Verschmelzungsgewinn

Ein Verschmelzungsgewinn spiegelt aus Konzernsicht den wertmäßigen Überhang zwischen erhaltenem und abgegebenem Vermögen wider.

Finanzkalender

15. Mai 2007

Bekanntgabe der Geschäftszahlen zum ersten Quartal 2007

15. Mai 2007

Ausschüttung auf die Genussscheine für das Geschäftsjahr 2006

4. September 2007

Bekanntgabe der Geschäftszahlen zum ersten Halbjahr 2007

14. November 2007

Bekanntgabe der Geschäftszahlen für die ersten neun Monate 2007

Weitere Informationen

Für Journalisten

Medien- und Wirtschaftsinformation
Tel. +49-52 41-80-2466
presse@bertelsmann.de

Für Analysten und Investoren

Investor Relations
Tel. +49-52 41-80-2342
investor@bertelsmann.de

Der Geschäftsbericht sowie aktuelle Informationen über Bertelsmann sind auch im Internet abrufbar:

www.bertelsmann.de
www.bertelsmann.com

Der Geschäftsbericht liegt auch in englischer Sprache vor.

Impressum

Herausgeber

Bertelsmann AG
Carl-Bertelsmann-Straße 270
33311 Gütersloh

Redaktion

Bertelsmann AG
Unternehmenskommunikation,
Medien- und Wirtschaftsinformation

Gestaltung und konzeptionelle Beratung

Kirchhoff Consult AG, Hamburg

Bildnachweis

Jim Rakete
Gregg DeGuire/Wireimage
Hartmut Blume
Bertelsmann AG
RTL Group
Random House
Gruner + Jahr
BMG
Arvato
DirectGroup

Produktion

Medienfabrik Gütersloh GmbH, Gütersloh

Druck

Mohn Media Mohndruck GmbH, Gütersloh



Mix

Produktgruppe aus vorbildlich bewirtschafteten
Wäldern und anderen kontrollierten Herkünften
www.fsc.org Zert.-Nr. SGS-COC-1425
© 1996 Forest Stewardship Council

Mit dem FSC-Warenzeichen werden Holzprodukte ausgezeichnet, die aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern stammen, unabhängig zertifiziert nach den strengen Richtlinien des Forest Stewardship Council.

The Spirit
to Create
