



**Information des Konzernbetriebsrates
27. August 2015**

Mediengruppe
BERLINER VERLAG



**Die digitale Transformation
Das größtes Projekt in der jüngeren MDS-Geschichte**

In der Mitteldeutschen Zeitung und dem Express will MDS im September 2015 mit der so genannten digitalen Transformation starten. Danach will man diese Erfahrungen und die geschaffene Infrastruktur als Blaupause für die anderen Zeitungstitel übernehmen. Es geht um das gemeinsame, gleichberechtigte Produzieren in beiden großen Kanälen: Print und Online. Die Betriebsräte aus Berlin und Hamburg wissen, dass alle Zukunft ihre Basis in der Gegenwart, in einem starken Printgeschäft hat. Ohne eine entwickelte redaktionelle Digitalstrategie wird es aber künftig schwerer, die Umsätze zu generieren, die bisher den Betrieb „unterhalten“ haben. Für die Betriebsräte aus den Zeitungshäusern in Berlin und Hamburg sollte die digitale Transformation ein Prozess von unten und nicht - wie gegenwärtig - von oben sein. Konzepte werden auf Lenkungsausschuss-Ebene, im Vorstand und im Aufsichtsrat beschlossen, aber die Belegschaften erfahren nur Versatzstücke. *„Unsere Fragen sind natürlich die nach den Arbeitsbedingungen, nach der Belastbarkeit und dem nötigen Personal. Wir wären nicht Betriebsräte, wenn wir nicht auch wahrnehmen würden, dass es ein großes Bedürfnis nach einer Debatte um die Inhalte gibt“*, meint Renate Gensch, Betriebsratsvorsitzende Berliner Zeitung/Berliner Kurier. *„Ein Punkt sind die sogenannten Klickraten. Man wird also ständig darüber informiert, wie ein Text läuft. Darüber gibt es zum Beispiel beim Svenska Dagbladet Vereinbarungen pro Ressort, wie viele Klicks man erreichen will. Quoten im Journalismus? Wir denken, es geht um die Geschichten. Oder: Der Anzeigenverkauf gehört nicht an den Balken / in den Newsroom. Das steht nicht im Widerspruch zu Verkaufsförderungsmaßnahmen. Mit der gleichen Mannschaft mehr Aufgaben? Das erhöht den Arbeitsdruck in den Ressorts. Es braucht im Journalismus auch Zeit fürs Recherchieren und Schreiben.“*

Schreiben Sie bitte rote Zahlen (s.a. KStB Info vom 10.06.2015)
In der Konzernbilanz wird keine Auskunft nach dem in einem Restrukturierungsbericht steht, der sich auch nicht „Absatzsteigerung“ auf die der Managementberichte für MDS
Die Zahlen in (Mio. €):

	2014	2013
Umsatzgruppen (in Mio. €)	+ 4.222	+ 3.586
Investitionen in Mio. €	138.287	162.765
Umsatz Online-Verkauf (in Mio. €)	14,6	16,2
Personalaufwand in Mio. €	233.287	236.241



Falsch interpretiert

Unsere Info zu Online-Umsätzen im MDS-Jahresabschluss 2014

Falsch interpretiert haben wir den Vergleich der MDS-Bilanzzahlen 2014 zu 2013. Der Zahlenvergleich bei den Online-Umsätzen besagte, dass er von 16,2 Mio. € (2013) auf 14,6 Mio. € (2014) gesunken ist. Die Geschäftsführer und Chefredakteure der Mediengruppe

->

Berliner Verlag haben jetzt erklärt, dass der Online-Umsatz um 700.000 € zum Vorjahr 2013 gestiegen sei. Auch könne man die Zahlen 2013 und 2014 nicht vergleichen, weil bei der Bewertung des Umsatzes die „Quotenkonsolidierung“ (es geht um Anteile bei Unternehmen, die nicht vollständig zu MDS gehören) berücksichtigt werden müsste (hierbei handelt es sich um die Internationale Bilanzierungsrichtlinie IFRS 11, die IAS 31 ersetzt hat). Ein Erfolg? Gemessen an den bisherigen Erklärungen, dass man oberhalb des Marktes wachsen will, wohl eher nicht. Der Werbemarkt für Display-Werbung online und mobile 2014 ist um 6,8 Prozent (OVK) netto gestiegen. Den Anteil der Online-Werbung am Gesamtumsatz (539 Mio. €) 2014 weist MDS mit 2,7 Prozent aus, 2013 waren es 2,8 Prozent.



Anfechtung der Betriebsratswahlen in Berlin und Hamburg

Gegen die Betriebsratswahl in der Hamburger Morgenpost und im Berliner Verlag/Berliner Zeitung und Berliner Kurier haben die jeweiligen Unternehmensleitungen ein Wahlanfechtungsverfahren bei den Arbeitsgerichten in Hamburg und Berlin beantragt. Es wird zuerst jeweils einen Gütetermin geben, danach einen Arbeitsgerichtstermin. Strittig ist sowohl in Berlin als auch in Hamburg, ob es sich um einen gemeinsamen Betrieb handelt. Strittig sind außerdem konkrete Personen auf den Wählerlisten, hier insbesondere so genannte feste Freie.



In Hamburg waren neben der Morgenpost Verlag GmbH auch die Arbeitnehmer der Hamburg First und der DuMont Finanz Services wahlberechtigt.



In Berlin geht es darum, ob die beiden Unternehmen Berliner Verlag (hier erscheint die Berliner Zeitung) und Berliner Kurier einen gemeinsamen Betrieb bilden, sie also unter einer einheitlichen Leitung geführt werden.



Betriebsratswahlen in den Berliner Call-Centern

In den beiden Berliner Call-Centern **DuMont Dialog** (eigene Kunden) und **DuMont Process** (Fremdkunden, wie Kabel Deutschland u.a.) wurden jetzt Betriebsräte neu gewählt. Vivien Grube wurde Betriebsratsvorsitzende bei DuMont Process, Holger Fischer bei DuMont Dialog. Unser Glückwunsch! Damit ist der gesamte Geschäftszweig der Call-Center von MDS betriebsrätlich organisiert.



Die Web-Seiten in Berlin und Hamburg machen fast 50 Prozent der Visits von MDS aus

Von den 60 Mio. Besuchen auf den MDS-Web-Seiten im Juli 2015 kommen 28,8 Mio. aus Hamburg und Berlin. Die Berliner Seiten haben insgesamt 16,4 Mio., mopo.de 12,3 Mio. Besuche. Da die Smartphones immer mehr Zugang im Netz und in den Kommunikationsbeziehungen haben, nehmen sie auch einen großen Platz ein. ->

Von den 20,7 Mio. Besuchen entfallen 9,4 Mio. auf die mobilen Seiten aus Berlin und Hamburg. Wir orientieren uns an den Web-Kriterien „Besuche/Visits“, das ist gewissermaßen die harte Währung für den Klick-Erfolg.

Die Angaben im Einzelnen:

		Besuche insgesamt (in Mio.)	davon Besuche mobile (in Mio.)	davon Besuche online (in Mio.)
www.mopo.de		12,281	5,036	7,245
www.berliner-zeitung.de		3,420	0,826	2,594
www.berliner-kurier.de		2,952	0,842	2,110
www.berlin.de		9,665	2,593	7,072
www.berlinonline.de		0,387	0,120	0,267
insgesamt		28,705	9,417	19,288



Neuordnung der Digitalstrategie

Der Vorstand hat kürzlich eine Neuordnung der Digitalstrategie beschlossen.

DuMont Net verliert ihren bisherigen Charakter als das Internet-Unternehmen von MDS und dürfte gesellschaftsrechtlich unter DuMont Digital angesiedelt sein. Die technische Betreuung und Entwicklung der Web-Seiten wird ausgegliedert und den zentralen Dienstleistungen, dem Bereich Medienservice, zugeordnet.

Im Mittelpunkt der digitalen Geschäftsidee vom DuMont stehen nicht mehr die Entwicklung und Betreuung der Online-Titel, sondern der Aufbau und die Entwicklung von eigenen digitalen Geschäften. Gesellschaftsrechtlich wird DuMont Digital die oberste Gesellschaft im Digitalgeschäft. Dazu gehört künftig der Kauf von Unternehmen, die Verfolgung von Beteiligungen im Capital-Venture-Bereich und der Ausbau der bisherigen Digitalunternehmen, wie die popula GmbH.

Die Online-Redakteure werden den jeweiligen Stammredaktionen zugewiesen - bis auf die MOPO. Hier gab es keine Ausgliederung der Onliner. Dem Vernehmen nach kommen sie in neue GmbHs, um nicht unter die Tarifbindung der Redaktionen zu fallen.