

## Секция «Журналистика»

### Немецкий медиакапитал на англоязычном рынке

*Драгилев Георгий Константинович*

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет*

*журналистики, Москва, Россия*

*E-mail: gkd664@gmail.com*

Одним из основных представителей немецкого медиакапитала на зарубежных рынках является транснациональный холдинг «Bertelsmann AG» (Бертельсманн АГ), с продукцией которого каждый пользователь СМИ проводит ежедневно не менее одного часа. Приоритетными в получении прибыли называются объединение телекомпаний «CLT-UFA», увеличение продаж специализированной информации для СМИ (до 1,3 млрд марок) и повышение оборотов промышленной группы «Arvato», переименованной в «Mohn Media», до 4,4 млрд марок. Колоссальные прибыли группа по-прежнему получала от двух традиционных отраслей – продажи книг и CD-дисков. Участие в новых СМИ (онлайн-программах) принесло 1 млрд. долл. Большая доля капитала за рубежом сосредоточена в США – 34 %. Общее количество занятых – 76 тыс. чел. Концерн «Bertelsmann AG» – третий в мире и крупнейший в ФРГ.

Если на исходе XX века медиа-основу холдинга составляла Гамбургская издательская группа «Gruner+Jahr AG» (Грунер унд Яр АГ), то в начале нового столетия ею стала «RTL Group», ставшая крупнейшим телеконцерном Европы. Его капитал равен 50 млрд. долл., а годовой оборот составляет более 8 млрд. Оборот акционерного общества «Gruner+Jahr AG», входящего в состав холдинга «Bertelsmann AG» и на 74,9% ему принадлежащего, составляет 58% от совокупного зарубежного оборота всего холдинга. Вместе с тем рубеж столетий был в экономическом плане не самым удачным для концерна: неудавшийся пилотный проект с изданием бесплатных воскресных изданий, потеря тиражей восточногерманскими газетами «Berliner Zeitung», «Berliner Kurir» и «Sächsische Zeitung», и, наконец, продажа «Hamburger Morgenpost».

Развитие этой группы характеризовалось не только уменьшением доли участия на рынке (с 3,4 % в 1997 г. до 2,8% в 2000 г.), но и серьезным падением тиражей ежедневной прессы (потеря составила 185 тыс. экз.). Если еще в 1997 г. среди десятка крупнейших газетных издательств она занимала 5-е место, в секторе четырех журнальных магнатов - 4-е место в общей таблице и 2-е по изданию журналов общего интереса, то в 2000 г. она спустилась на восьмую строчку в секторе ежедневных газет, а в настоящее время она выпала из десятки сильнейших.

Штаб-квартира ИД «Gruner+Jahr AG» находится в Гамбурге. Он образован в 1965 г. путем слияния издательской группы Джона Яра старшего и фирмы Ричарда Грунера. В 1969 г. концерн «Bertelsmann AG» приобрел 25% акций издательства и на протяжении 15 лет содействовал развитию и расширению издательского дома «Gruner+Jahr AG» путем приобретения и слияния с другими изданиями («Kindler Shiermeier», «Spiegel Verlag»). К 1976 г. «Bertelsmann AG» владел уже 75% акций. В 1978 г. «Gruner+Jahr AG» стал первым немецким издательским домом, вышедшим на европейский медиарынок. В последующие 20 лет издательским домом были приобретены издательства в США, Франции и Испании.

«Gruner+Jahr USA» начал свою работу в 1978 г. после приобретения «Parents Magazines Enterprises, Inc» (издатель таких журналов, как: «Parents», «Expecting», «Parents Baby» и «Ser Padres»). В 1994 г. было приобретено «The New York Times Women's Magazine Group» (издания: «Family Circle», «McCall's», «American Homestyle Gardening», «Child and Fitness»), после чего издательский дом «Gruner+Jahr» стал 6-ым по величине издательством журналов в США.

До середины 2005 г. издательский дом «Gruner+Jahr AG» был ведущим журнальным издательством в США. Его продажи составляли более 200 миллионов журналов ежегодно. Однако в июне 2005 года компания продала большую часть своих американских изданий «Meredith Corporation» за более чем 300 млн.

Группа «Gruner+Jahr AG» несмотря на все неудачи, не потеряла надежд на исправление ситуации. В 2000 г. под его «крышей» создана вторая в Германии экономическая газета «Financial Times Deutschland» (Файненшл таймс Дойчланд), и он продолжал активизировать свою деятельность на рынках Восточной Европы. Так, увидевший свет в сентябре 1999 г. журнал «National Geographic» (Националь географик), распространяющийся в Германии, Польше и Франции, уже в 3-м квартале 2000 г. достиг тиража в 300 тыс. экз. Другой журнал «Börse online» смог увеличить свой тираж до 150 тыс. экз. Кроме этого, концерн усилил свои доли участия в аудиовизуальном секторе (прежде всего – в частном). Это программы «Geo-360°» на канале «Arte», «Geo-Dokumentation» на «Fox», «Börse online» – на Н-24 и др.

В 2005 г. концерн «Bertelsmann AG», ставший уже транснациональным медиа-конгломератом продолжил свою агрессивную политику, но теперь уже непосредственно в сегменте СМИ. Его подразделение ИД «Gruner+Jahr AG» купил большой пакет акций штуттгартского издательства «Motor Presse», выпустив на медиа-рынок 16 журналов, имевших экономический успех. «RTL Group» усилила свои позиции не только на международном рынке, и, прежде всего – в России и Великобритании, купив часть акций РЕН-ТВ (Ren-TV) и полный пакет британской «Five», но и на национальном: купив акции у крупной региональной газетной эссенской группы «ВАЦ», его доля увеличилась до 90,4%.

В июле 2006 г. «Bertelsmann AG» выкупил за 4,5 млрд евро 25,1% своих прежних акций, принадлежавших бельгийской группе «Ламберт» (GBL). В настоящее время издательский дом «Gruner+Jahr AG» издает более 500 журналов и газет в 30 странах мира, включая такие признанные за рубежом издания, как: «Stern», «Geo», «Brigitte», «Gala», «National Geographic Germany» and «the Financial Times Deutschland». Согласно статистике 2009 г., численность сотрудников IMS (Международный центр продаж издательского дома «Gruner+Jahr AG», координирующий деятельность компании за рубежом) превысила 13,5 тыс. человек, а годовой финансовый оборот составил 2,51 млрд евро. Сам издательский дом «Gruner+Jahr AG» сегодня является самым крупным издательским центром в Европе. Компания покупает и открывает свои издательства по всему миру.

## Литература

1. Вороненкова Г.Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества (национальное своеобразие средств массовой информации Германии). М.: Языки русской культуры, 1999.

2. Вороненкова Г.Ф. Тенденции развития СМИ Германии в 2007 г. // Сб.: СМИ в условиях глобальной трансформации социальной среды. М.: ф-т журналистики МГУ, 2008
3. Вороненкова Г.Ф. СМИ Германии в XX веке: крутые виражи истории (Учебно-методическое пособие для студентов, аспирантов и преподавателей факультетов и отделений журналистики, журналистов-практиков, историков и политологов). М.: фак-т журналистики МГУ, 2008.
4. Horst Roeser. Zeitungsmarkt 2000: Konsolidierungsphase beendet? // Media erspektiven. 2000. № 7. S.307
5. Horst Roeser. Formationen deutscher Medienmultis 1999/2000. // Media Perspektiven 1/2001. S.10