

Von Frankreich nach England.

Offertenblatt G-TOUT an Daily Mail verkauft.

Paris. Über 15.000 Kleinanzeigen pro Woche für das Elsass, Lothringen, Belfort, Montbéliard und Haute Saône: Das französische Anzeigenblatt G-TOUT wurde jetzt vom deutschen Besitzer Bernd Kübler an die englische, börsennotierte DMGT-Gruppe verkauft.

Nicht ohne Grund ist das 1992 gegründete französische Anzeigenblatt G-TOUT mit Publikationen wie dem deutschen Sperrmüll oder Such und Find vergleichbar. Die auf rd. 64 Seiten in Klassen wie Auto, Motorrad, Immobilien, Urlaub etc. rubrizierten Anzeigen wurden vom Quoka-Gründer Bernd Kübler 1996 übernommen und nach dem bewährten Erfolgsrezept der Pioniers fest am Markt etabliert.

Nachdem Kübler sich aus Altersgründen bereits vom Mutterschiff Quoka Verlag GmbH erfolgreich getrennt hat, wurde nun erneut ein Team aus Shearman & Sterling-Partner Hans-Joachim Hellmann und Arnd Allert, Allert & Co., der bereits den Verkauf der portugiesischen Occasio und des deutschen Stammgeschäftes betreut und organisiert hatte, mit der Suche nach dem geeigneten Käufer beauftragt. Einmal mehr erwies sich der wertorientierte und systematische Ansatz der Transaktionsmanager als erfolgreich. Arnd Allert: „Das gute alte Kleinanzeigengeschäft hat sich längst zum crossmedialen Erfolgskonzept weiterentwickelt. Allerdings spielen Stückzahlen und economy of scale eine nicht unwesentliche Rolle. Das ist der Grund, weshalb auch diese Transaktion wiederum cross-border abgeschlossen wurde.“ Erst Portugal, dann Deutschland, nunmehr Frankreich.

In der Tat verbirgt sich hinter dem Kürzel DMGT kein geringerer als die im Jahre 1896 gegründete englische Daily Mail and General Trust. DGMT ist mit einem Umsatz von rd. 2 Mrd. € eine der größten und erfolgreichsten Mediengesellschaften im Vereinigten Königreich. Mit Beteiligungen im Zeitungs-, Radio- und TV-Sektor rund um den Globus ist die DMGT erfahren in der Auswahl und dem Ankauf von interessanten Objekten. Die internationale Diversifizierung soll das erfolgreiche Unternehmen nachhaltig von Schwankungen in einzelnen nationalen Märkten unabhängig machen.

Konkrete Käuferin war die DGMT-Tochtergesellschaft NORTHCLIFFE. Mit über 100 Publikationen, darunter 20 Tageszeitungen, und in Summe 77 Wochenblättern produziert NORTHCLIFFE eine Auflage von 9 Mio. Exemplaren pro Woche.

Schon vor dem Ankauf von G-TOUT in Frankreich hatte sich NORTHCLIFFE nach Ungarn und in die Slowakei ausgedehnt. Mit dem Erwerb von G-TOUT verschafft sich NORTHCLIFFE den Markteintritt in Frankreich und damit ein Standbein von dem aus weitere Unternehmen akquiriert werden können. Über den konkret erzielten Preis für das Unternehmen G-TOUT mit seinen 45 Mitarbeitern wurde Stillschweigen vereinbart. Wer allerdings Bernd Kübler kennt, der weiß auch, dass der Medien-Pionier den Wert eines profitablen Unternehmen wie G-TOUT genau kennt.