25. The McGraw-Hill Comp. Inc.

Umsatz 2010: $ 6,168 Mrd. (€ 4,653 Mrd.)

Überblick

McGraw-Hill Companies, Inc. ist ein Medienunternehmen aus den Vereinigten Staaten, dessen Firmenhauptsitz sich in New York befindet. Das Unternehmen gehört zu den 500 größten, börsennotierten US-amerikanischen Firmen und ist deshalb im S&P 500 gelistet.
McGraw-Hill Companies publiziert Medien in den Bereichen Bildung, Fernsehen, Finanzen und Wirtschaft und gibt in diesen Bereichen zahlreiche Fach- und Lehrbücher sowie Magazine heraus. Zum Unternehmen gehören neben der in Kritik geratenen Ratingagentur Standard & Poor's die Tochterfirma J.D. Power and Associates.

Basisdaten

Hauptsitz: 1221 Ave. of the Americas New York, NY 10020-1095
Tel: 001 (212) 904-2000
Fax: 001 (212) 512 3840
Internet: www.mcgraw-hill.com

Branche: Fachverlage, Finanzdienstleister, Marketing, Rating-Agenturen
Rechtsform: Aktiengesellschaft
Geschäftsjahr: 01.01. - 31.12.
Gründungsjahr: 1888 (1909)

Tab. I: Ökonomische Basisdaten

	2012[1]	2011	2010	2009	2008	2007	2006
Umsatz (in Mio. US-Dollar)	4.450	6.246	6.168	5.951	6.355	6.772	6.225
Gewinn (Verlust) nach Steuern (in Mio. US-Dollar)	492	911	828	730	799	1.013	882,2
Aktienkurs (in US-Dollar, Jahresende)	54,67	44,72	36,41	33,51	23,19	43,81	68,02
Dividende (in US-Dollar)	1,02	1,00	0,94	0,90	0,88	0,82	0,73
Beschäftigte	17.000	22.660	20.755	21.077	12.649	21.171	20.214

[1]aufgrund des anstehenden Verkaufs von McGraw-Hill Education ist der Umsatz dieser Sparte im Geschäftsbericht 2012 im Gesamtumsatz nicht mehr enthalten.

Tab. II: Umsatz nach Segmenten (Beträge in Mio. US-Dollar) 2008-2011

2011

2010

2009

2008

Information and Media Services

---*

907,5

953,8

1.061

Financial Services

(1.354**)

1.188

1.121

1.113

Education

(2.292)

2.433

2.387

2.638

Product

2.275

Service

3.971

---* nicht mehr gelistet

** S&P Captial IQ/ S&P Indices

Tab. III: Operating Profit nach Segmenten (Beträge in Mio. US-Dollar)

	2011	2010	2009	2008
Information and Media Services	---*	160,4	92,6	92,0
Financial Services	403**	315	302	321
Education	320	363	276	321

---* nicht mehr gelistet

** S&P Capital IQ/ S&P indices

Im Geschäftsbericht 2011 wurde das Operating Profit nur noch teilweise in Segmente untergliedert.

Geschäftsführung

Geschäftsführung / Vorstand:

- Harold McGraw III, Chairman, President und CEO
- Jack F. Callahan Jr., Executive Vice President, CFO
- John Berisford, Executive Vice President, Human Resources
- D. Edward (Ted) Smyth, Executive Vice President, Corporate Affairs
- Kenneth M. Vittor, Executive Vice President und General Counsel (Justiziar)
- Charles L. Teschner, Jr., Executive Vice President, Global Strategy
- Douglas Peterson, President, Standard & Poor's
- Lloyd G. Waterhouse, President, McGraw-Hill Education
- Glenn S. Goldberg, President, Information and Media
- Lou Eccleston, President, McGraw-Hill Financial

Board of Directors:

- Pedro Aspe, Evercore Partners
- Sir Winfried Bischoff, Lloyds Banking Group
- William D. Green, Accenture
- Charles E. Haldeman, Jr., Freddie Mac
- Linda Koch Lorimer, Yale University
- Harold McGraw III, McGraw-Hill
- Robert P. McGraw, Averdale Holdings
- Hilda Ochoa-Brillembourg, Strategic Investment Group
- Sir Michael Rake, BT Group
- Edward B. Rust, Jr., State Farm Insurance Companies
- Kurt L. Schmoke, Howard University School of Law
- Sidney Taurel, Eli Lilly and Company
- Richard E. Thornburgh, Corsair Capital LLC

Besitzverhältnisse: Barclays Bank Plc (6,4%), Goldman Sachs Group Inc. (5,73%), Sarofim (4,07%), Rest Streubesitz.

Geschichte und Profil

Die Geschichte von McGraw-Hill beginnt auf dem Höhepunkt des Eisenbahnzeitalters. 1888 hatte James H. McGraw das ?American Journal of Railway Appliances? gekauft und wenig später John A. Hill, damals Redakteur beim ?Locomotive Engineer?, kennengelernt. Beide bauten nach und nach eigene Verlage für Ingenieur-Zeitschriften und ein entsprechendes Buchprogramm auf. 1909 legten sie ihre Buchsparten zusammen, nach dem Tod von John A. Hill wurden 1917 auch die anderen Unternehmensbereiche in einer Firma zusammengefasst. McGraw-Hill war geboren. 1929 erfolgte der Börsengang und die Gründung des Wirtschaftsmagazins ?Business Week?. Über die Jahre kamen mehr und mehr Fachzeitschriften aus Bereichen wie Industrie, Verkehr oder Gesundheit dazu.

Nach dem 2. Weltkrieg weitete McGraw-Hill vor allem das Lehrbuch-Segment aus. Neben den etablierten Reihen für College-Studenten wurden jetzt auch Schulbücher für Grund- und weiterführende Schulen aus allen Unterrichtsbereichen produziert. 1966 stieg McGraw-Hill mit dem Kauf der Rating-Agentur Standard & Poor?s in den Bereich der Business-Information und Analyse ein.

Peinlich wurde für den Konzern das Jahr 1970. Ein damals unbekannter Autor hatte einem der McGraw-Hill-Buchverlage eine Biographie des angeblich im Sterben liegenden, exzentrisch-zurückgezogen lebenden Milliardärs Howard Hughes angeboten, die sogar von diesem autorisiert sei. Doch das Buch war eine Fälschung, Hughes erschien aus der Versenkung und klagte gegen den Autor, der zu 30 Monaten Gefängnis verurteilt wurde.

1972 expandierte das Unternehmen erstmals Richtung elektronische Medien und erwarb TV-Stationen u.a. in San Diego, Indianapolis und Denver. Eine schleppende Geschäftsentwicklung insgesamt und dagegen überdurchschnittlich gute Ergebnisse bei Standard & Poor?s führten 1979 zu einem ? allerdings erfolglosen ? Übernahmeversuch durch American Express. 1980 überstiegen die Umsätze erstmals die Grenze von einer Milliarde US-Dollar. 1995 wurde das Unternehmen in drei Geschäftsbereiche Education, Financial Services und Information & Media Services umstrukturiert, 1996 lag der Umsatz bei über drei Mrd. US-Dollar. Nach einem ?familienfremden? Interregnum von 1988-1998 führt mit Harold McGraw III nun wieder der Nachkomme eines Firmengründers das Verlagsimperium.

Auch an McGraw-Hill ging die aktuelle Wirtschafts- und Finanzkrise nicht spurlos vorüber. "An 2008 wird man sich lange als eines der schwierigsten Jahre für unser Land, unsere Wirtschaft ? und unser Unternehmen erinnern?, schreibt Harold McGraw III im Anfang 2009 erschienen Jahresbericht: Der Umsatz ging um 6,2 Prozent auf rund 6,36 Milliarden US-Dollar zurück, der Gewinn brach sogar um über ein Fünftel auf nur noch 799,5 Millionen Dollar ein. Auf Fragen, wie McGrawHill in der aktuellen Krise aufgestellt sei, antwortet der Chairman, President und CEO allerdings mit eher schablonenhaften Antworten: Zum einen habe das konservative Wirtschaften und die Restrukturierung des Konzerns McGrawHill vor zu hohen Schulden bewahrt ? schließlich wurden allein seit Ende 2007 rund 1650 Stellen weltweit abgebaut. Zum anderen seien die drei Geschäftsfelder Education, Financial Services und Information & Media aller Krisenszenarien zum Trotz gewissermaßen krisenfest: ?Schüler und Studenten aller Altergruppen brauchen Wissen ? in allen Ländern der Welt?, schreibt Harold McGraw III an seine Aktionäre. Und damit, will der Konzernchef sagen, sei der Bereich Education ja wohl schon mal aus dem Schneider.

Ähnlich simpel argumentiert er bei den Financial Services (?Alle Regierungen, Unternehmen und Individuen brauchen Kapital, um Investitionen zu ermöglichen, Arbeitsplätze zu schaffen und Wachstum zu stimulieren.?) und im Informations-Bereich: ?Wirtschaftsführer brauchen transparente Informationen, um begründete Entscheidungen zu treffen?. Doch gerade hier sah es auch bei McGrawHill ? genauer: vor allem bei der Rating-Agentur Standard & Poor's ? ziemlich düster aus. Schließlich waren es die guten S+P-Bewertungen für Subprime Mortgages und ähnliche heute als ?Schrottpapiere? bezeichnete Investment-Varianten, die zum aktuellen Fiasko geführt haben. ?Es ist nur ein schwacher Trost, dass beinahe alle Marktteilnehmer ? Banken, Rating-Agenturen, Hausbesitzer, Regulierungsbehörden und Investoren ? den anhaltenden Verfall des US-Immobilien- und Hypothekenmarktes nicht vorhergesehen haben?, heuchelt der Konzernchef: ?Hätten wir ? und andere ? diese außergewöhnlichen Entwicklungen vorhergesehen, hätten wir ohne Zweifel viele der Ratings, die wir vergeben haben, nicht vergeben.? Sieh an! Und so ruft nun auch Harold McGraw III nach einem ?globalen Regulierungsrahmen? für die Kapitalmärkte.

Management

Nach dem Tod von Harold W. McGraw Jr. im Frühjahr 2010, der das Familienunternehmen in den 70er und 80er Jahren zu einem millionenschweren Medienkonzern ausbaute, übernahm dessen Sohn Harold W. McGraw III die Leitung des Unternehmens als neuer Chairman, Präsident und Chief Executive Officer (CEO). McGraw III begann seine Karriere bei McGraw-Hill in den 1980er Jahren und übernahm eine Reihe von Positionen mit zunehmender Verantwortung, unter anderem die des Präsidenten der McGraw-Hill Publications Company und die des Präsidenten der McGraw-Hill Financial Services Company. Im Jahr 1993 wurde er neuer Chief Operating Officer (COO), im Jahr 1998 dann CEO und 1999 schließlich Chairman des Konzerns. Außerdem ist McGraw III seit 1987 Mitglied des Verwaltungsrats (Boards of Directors).

In seiner Zeit als CEO und Chairman des Unternehmens musste McGraw III einige schwierige Entscheidungen treffen. Neben dem Verkauf des Zeitschriftenflaggschiffs BusinessWeek, befindet sich das

Unternehmen unter seiner Führung in einer Phase der kompletten Umstrukturierung. McGraw-Hill gab im Herbst 2011 bekannt, dass die beiden Sparten Financial Services und Education getrennt werden, um in Zukunft unabhängig von einander agieren zu können, nachdem der Druck der Aktionärsversammlung auf die Führungsriege immer stärker wurde. Die Aktionäre erhoffen sich neben einer Steigerung des Unternehmenswertes dabei, dass das Flaggschiff des Financial Service Bereich ? die Ratingagentur Standard & Poor´s ? in Zukunft unabhängiger bei der Ratingvergabe agieren könne und somit der Druck von der durch die globale Finanz- und Wirtschaftskrise gebeutelten Bildungsspalte genommen werde. Außerdem wurde im Jahr 2011 ein Aktienrückkaufprogramm von rund 50 Millionen Dollar ins Leben gerufen, mit dem Ziel bestehende Aktienbestände aufwerten zu können.

Geschäftsbereiche

Informations- and Mediendienste/Information and Media Services: Der Bereich bündelt die Fach- und Publikumsmedien des Konzerns.

Aviation Week Group: Fachmagazine (?Aviation Week? u.a.) rund um Flugverkehr und Luftfahrtindustrie, Branchendienste, Datenbanken, Bücher, Messen und Konferenzen.

Broadcasting Group: KMGH-TV (Denver), KGTV (San Diego), KERO-TV (Bakersfield), WRTV (Indianapolis) ? alle Sender sind dem ABC-Network (Walt Disney) angeschlossen. Sorgen bereiten Anfang 2007 Anzeigenrückgänge im TV-Werbemarkt, die den Umsatz um fast ein Fünftel auf nur noch 23,7 Millionen US-Dollar im ersten Quartal 2007 drücken. Auch diese Aussichten sind schlecht: Die MCGrawHill-Stationen haben die Ausstrahlungsrechte für den Superbowl verloren, außerdem überträgt das Unternehmen die erfolgreiche Oprah Winfrey Show nicht mehr landesweit.

Healthcare Information Group: The Physician and Sports Medicine, Postgraduate Medicine Healthcare Informatics, Healthcare Information Programs. Platts: Fachinformationen für die Energiebranche. McGraw Hill Construction: Fachinformationen für die Baubranche. J.D. Power & Associates (seit 2005): Marketing-Informationen, Verbraucherbefragung, Studien vor allem in der Automobilindustrie.

Finanzdienstleistungen/Financial Services: Der Bereich läuft heute vollständig unter der Dachmarke **Standard & Poor?s**. Angebot: Aktien- und Unternehmensratings (S&P 1200, S&P 500), allgemeine Finanz- und Unternehmensdaten, Unternehmensberatung. McGraw-Hill profitiert stark von der rasanten Entwicklung bei Standard & Poor?s. Der Financial Services Bereich hat seit 2001 bis 2005 seinen Umsatz um knapp 700 Mio. $ gesteigert und den Operating Profit beinahe verdoppelt.

Die Bildungssparte von McGraw-Hill wurde im November 2012 für 2,5 Milliarden an die Private Equity Gruppe Apollo Global Management verkauft.

Aktivitäten in Deutschland

McGrawHill bietet diverse Dienstleistungen auch in Deutschland an, so verfügt das Unternehmen über ein Büro der Ratingagentur Standard and Poor´s in Frankfurt. Außerdem betreibt es eine Zweigstelle das Marktforschungsinstitut J.D. Power and Associates in München.

Aktuelle Entwicklungen

Nur wenige Wochen nach der umstrittenen und heftig kritisierten Herabstufung der US-Bonität durch die hauseigene Ratingagentur Standard & Poor's im Herbst 2011 tratt deren Präsident Deven Sharma zurück. Die Nachfolge Sharmas übernahm der ehemalige Citibank Top-Manager Douglas Petersen.

Auch Ende des Jahres 2011 bestimmten S&P wieder die Schlagzeilen der internationalen Presse. Nur wenige Tage vor dem mit Spannung erwarteten Euro-Krisenkipfel setzte S&P insgesamt 15 Euroländer auf ihre rote

Liste und bedrohte damit die Kreditwürdigkeit eines Großteils der Europäischen Union. Es kann also niemanden verwundern, wenn viele europäische Politiker mit Wut und Ablehnung auf die Drohungen von S&P reagierten. Zudem kursierten auch diverse Verschwörungstheorien in den Medien: Die Aktion war von hoher politische Bedeutung, da die Ratingagentur die drohende Abstufung zu benutzen schien, um von den europäischen Finanzpolitikern Entscheidungen in ihrem Sinne zu erzwingen. Damit hob sie sich über ihre Rolle als Kreditwürdigkeitsprüfer hinaus und schwang sich zum politischen Akteur auf. Besonders brisant ist dabei auch die Tatsache, dass der Forderungskatalog von S&P durchdrungen ist von der amerikanischen Vorstellung, Wachstum nach Belieben mit billigem Geld schaffen zu können.

2012 zeigen sich erste Konsequezen für die doch fragwürdige Arbeit von S&P in den Monaten und Jahren vor der Krise. Nach der US-Börsenaufsicht (SEC) hat nun auch das US-Justizministerium Untersuchungen zur Arbeit von S&P angekündigt. Geprüft werden soll, ob die Ratingagentur Vorschriften im Zusammenhang mit der Bewertung sogenannter strukturierter Finanzprodukten verletzt hat. Zusätzlich stehen die Ratingagenturen auch in der europäischen Schuldenkrise in der Kritik.

Zu Änderungen kommt es derzeit auch im Spartendesign des Medienkonzerns. Auf Druck der Aktionärsversammlung werden die Bereiche Finanzdienstleistung (dann McGraw-Hill Markets) - mitsamt der umstrittenen Ratingagentur Standard & Poor - und der Bildungsverlag (McGraw-Hill Educations) zukünftig getrennt operieren. Die Aktionäre erhoffen sich neben einer Steigerung des Unternehmenswertes, dass S&P unabhängiger bei der Ratingvergabe agieren kann. Folglich wurde im November 2012 die Bildungssparte für 2,5 Milliarden US-Dollar an den Finanzinvestor Apollo verkauft. Damit ist der Konzern (der künftig unter dem Namen McGraw Hill Financial operiert) zu einem reinen Finanzinformationsdienstleister geworden.

Links

» Unternehmensinformationen
» Geschäftsberichte

» Pressemitteilungen

» S&P: Mit amerikanischer Brille (FAZ, 07.12.2011)

Letzte Änderung: 29.04.2013 10:36 | Verantwortlich: Alexander Zimmermann (verantwortlich)