

TV-SENDER

Noch Luft drin

Der neue Pro-Sieben-Chef Urs Rohner arbeitet an der Fusion mit Sat 1 und dem Vorstoß ins Internet.

Schweizer Wirtschaftsanwalt – das klingt nach Nadelstreifen, Akten-schrank und Diskretion. Manchen Pro-Sieben-Mitarbeiter ließen solche Assoziationen glatt erschauern, als Urs Rohner, 40, im vergangenen Herbst zum neuen Senderchef ernannt wurde.

Bei seiner Vorstellung im Berliner Nobelhotel Adlon überließ der Mann aus der größten Schweizer Kanzlei Lenz & Staehelin denn auch dem Vorgänger Georg Kofler, 42, die Rolle des aufgekratzten Alteinunterhalters. Er selbst lächelte schweigsam – ganz so, als ginge er im Kopf bereits die ersten Zahlenkolonnen durch.

„Dann bin ich eben der Langweiler aus Zürich“, scherzt Rohner und überlässt die Image-Korrektur seiner PR-Abteilung. Der Cineast sammle Drehbücher, jubelt die Firmenzeitschrift, er schaue Kinofilme nur im Original, liebe TV-Spaßvögel wie Stefan Raab und habe schon als Vierjähriger in Fernsehspots für Nescafé, Majonnaise, Senf und Fischstäbchen geworben. Und überhaupt: Es gebe „kein populäres Programm, das er nicht in- und auswendig kennt“.

Zur Einstimmung auf den Job hat sich Rohner sogar die täglichen Talkshows angetan. Aber Gaudi um jeden Preis ist nicht seine Sache: Eine Show wie „Big Brother“ wird es bei ihm nie geben, die geplante Übertragung des Musikpreises „Grammy“ feuerte er aus dem Programm. Mehr Gefallen findet Rohner an N24 – dem Nachrichtensender im Pro-Sieben-Reich, der diesen Montag startet.

Auf dem Schweizer lasten hohe Erwartungen. So soll er die Gewinne der Pro Sieben Media AG steigern, ins Internet vorstoßen und eine Fusion mit dem Sender Sat 1 organisieren – ein Spezialauftrag seines Vorbilds Leo Kirch, 73.

„Wir wollen eine starke Senderfamilie mit Vater, Mutter, Tochter und Sohn“, sagt Rohner, der Berater von Boston Consulting Group ins Haus holte. Die Fernsehgruppe soll in zwei, drei Jahren mit jeder Umsatzmillion mehr als 200 000



Senderchef Rohner
Auftrieb an der Börse

Mark Gewinn machen, eine Steigerung von 25 Prozent. Rohner: „Wir wollen durch die Verlängerung der Wertschöpfungskette profitabler werden, da ist noch Luft drin.“

An der Börse haben die Pläne für Auftrieb gesorgt. Jahrelang dümpelte der Pro-Sieben-Kurs dahin, seit November jedoch hat er sich mehr als verdoppelt. Das einstige Mauerblümchen der Börsianer ist nun fünf Milliarden Mark wert, weit mehr als Sat 1 (Firmenwert: 2,5 Milliarden).

Das hat Folgen. Anders als vorgesehen kann Eigentümer Kirch die Altaktionäre von Pro Sieben nun nicht billig abfinden,

um anschließend eine neue Free-TV-Holding für viel Geld an die Börse zu bringen. Die Alternative: Sat 1 könnte als Sacheinlage in die Pro Sieben Media AG eingebracht werden und eine Kapitalerhöhung frisches Geld einspielen.

Für die Zukunft setzt Vorstandschef Rohner auf Multimedia-Geschäfte. So plant er Beteiligungen an Internet-Firmen und Allianzen, etwa mit einer Direktbank, bei der Pro-Sieben-Kunden ihr online erworbenes Wissen sofort in Aktienkäufe umsetzen können. Mit dem Newskanal N24 als Magnet sollen Fernsehen, Internet und elektronische Handelsgeschäfte verzahnt werden. Auch ein Börsengang der Tochter Pro Sieben Digital Media wird erwogen.

Ein paar Probleme könnten dem „Shareholder-Value-Mann“ (Rohner über Rohner) freilich zusetzen. Vorgänger Kofler hinterließ ihm eine langfristige Abmachung mit der Filmfonds-firma Novamedia, die insgesamt für 250 Millionen Mark Programm zuliefert. Obwohl etliche der entstandenen Produktionen bei der Fernsehpremiere flopten – etwa die Flieger-serien „Jets“ und „Delta Team“ –, hat Novamedia eine Art Abnahmegarantie für mögliche Zweit- und Drittausstrahlungen. So kommen auf Pro Sieben immense Forderungen von bis zu 130 Millionen Mark zu.

Zudem ist die Aufteilung zwischen Pro Sieben (Schwerpunkt: Teenager und Twens) und dem Familiensender Sat 1 unklar. Im Zweifel wollen alle Spitzenfilme: Eine Sat-1-Sprecherin erklärte „Notting Hill“ zum typischen Sat-1-Film, doch die Komödie gehört zu Rohners Lieblingen und wurde von Pro Sieben gekauft.

Und schließlich gibt es noch Kirch, dessen Geschäfte nicht immer im Interesse von Pro Sieben und seinen Aktionären liegen. So verkaufte der Eigentümer ausgerechnet die „Simpsons“, bislang ein Quo-

tengarant für Pro Sieben, für die Zeit ab 2001 an Sat 1 – als attraktive Beimischung eines großen Pakets. Allein wegen solcher „nicht transparenten Einflüsse“ auf die Pro Sieben Media AG müsse es bald die geplante Fernsehfusion geben, warnt ein Bankanalyst.

Der frühere Hürdenläufer Rohner, der über 110 Meter zweimal Schweizer Meister wurde, sieht die Herausforderung sportlich. „Es kommt nicht darauf an, dass man die ersten Hindernisse nimmt“, sagt er, „sondern dass man an der letzten Hürde der Schnellste ist.“

OLIVER GEHRS,
HANS-JÜRGEN JAKOBS

