



PAUL LANGROCK / ZENIT

Springer-Hauptgebäude in Berlin: Jede Menge neuer Fakten, Fronten und Probleme

KONZERNE

Hochzeit ohne Braut?

Springer-Chef Mathias Döpfner ist so wild aufs Fernsehgeschäft, dass er für die geplante Übernahme von ProSiebenSat.1 inzwischen sogar bereit wäre, auf den profitabelsten Sender zu verzichten. Das könnte die gesamte deutsche TV-Landschaft umkrepeln – wieder mal.

Auf ProSieben lief am Mittwoch letzter Woche um zehn Uhr morgens die Sendung „Eure letzte Chance“. Darin geht es um kriselnde Beziehungen, bevorstehende Trennungen und mögliche Wege aus allgemeinem Gefühlsschlamassel. Es ist eher schlechtes Fernsehen.

Mathias Döpfner, altester Vorstandschef der Axel Springer AG, saß zur gleichen Zeit im Bonner Bundeskartellamt mit Vertretern der sechsten Beschlusskammer zusammen. Das klingt zwar noch weniger glamourös als das Münchner Vormittagsprogramm fürs Hartz-IV-Publikum. Aber es ging bei dem Gespräch um ProSieben – und damit um kriselnde Beziehungen, bevorstehende Trennungen und mögliche Wege aus allgemeinem Gefühlsschlamassel. Es wirkte wie großes Kino – Überraschung inklusive.

Denn Döpfner machte den Konzentrationswächtern bei seinem dritten Besuchstermin in der Behörde ein neuerliches Angebot, um seinen Traum einer Ehe von Deutschlands größtem Zeitungskonzern und der größten Privatfernsehgruppe ProSiebenSat.1 doch noch zu realisieren:

Der Springer-Boss bot an, auf ProSieben zu verzichten, immerhin den gewinnträchtigsten Sender der bonbon-bunten TV-Familie.

Springer würde sich demnach „nur“ noch Sat.1, Kabel 1, N24 und Neun Live einverleiben. Der Spielfilm- und Serienserender ProSieben würde aus der nach ihm benannten Senderfamilie und deren gemeinsamer Vermarktungsorganisation SevenOne Media herausgelöst – mit zunächst ungewissem Schicksal.

Es ist das bislang weitestgehende Zugeständnis des Verlagshauses in dem langwierigen, komplexen und teils kuriosen Prüfungsverfahren, das seit August nicht nur die beiden Vertragspartner in Atem hält: Auf der einen Seite stehen die Verkäufer rund um den US-israelischen Medieninvestor Haim Saban, auf der anderen Seite die Springer-



JAN BAUER / AP

Sat.1-Zentrale: Eine Trennung hätte Tücken

Manager. Und über allem thront eine Große Koalition in Berlin, die das Theater mit Sorge verfolgt – und in der vergangenen Woche schon fürchtete, letzte Instanz spielen zu müssen im derzeit größten Medien-Monopoly der Republik.

Auch wenn aus dem Kanzleramt zuletzt eher ermutigende Signale gekommen waren: Wirtschaftsminister Michael Glos schüttelte sich geradezu bei dem Gedanken, der Verlag würde ihn in die Pflicht nehmen und eine Sondererlaubnis beantragen. Für Franz Münteferings SPD wäre die Sache ein sicherer Fall für den Koalitionsausschuss gewesen. Zu zerrüttet ist das Verhältnis der deutschen Sozialdemokratie zu den Boulevard-Königen von Springer.

Im politischen Berlin atmete man deshalb am Mittwoch erst einmal auf. Mit dem Springer-Angebot zum ProSieben-Verzicht scheint die Gefahr einer Ministererlaubnis in diesem besonders brisanten Fall endgültig vom Tisch. Döpfner zog damit den letzten Joker vor dem sicheren Kartellamtsveto.

Am Donnerstag um 12 Uhr lief eine Frist der Behörde ab – nach dem die Bonner ihre Absage jederzeit hätten öffentlich machen können. Die Medienkonzentrationswächter hatten dies schon am Dienstag getan.

All dies hat Döpfner mit seinem neuen Vorstoß erst einmal wieder vom Tisch gewischt: Er hat ein paar Tage Zeit gewonnen, aber sein Ziel noch lange nicht erreicht. Denn seine Offerte schafft jede Menge neue Fakten, Fronten und Probleme.

Die Chance, dass es zu einer Hochzeit von Springer und der TV-Familie ohne die Braut ProSieben kommt, wird in der Verlagskonzernspitze denn auch als „sehr, sehr gering“ eingestuft. Beide beteiligten Konzentrationskontrolleure haben zwar signalisiert, dass eine Genehmigung damit in greifbare Nähe rücken könnte. Allerdings nur, wenn ProSieben bereits vor einer Übernahme durch Springer nicht mehr Mitglied der Senderkette wäre. Kurios: Die Kartellwächter verlangen, dass der Verlag sich von einem Sender trennt, der ihm noch gar nicht gehört.

Davon werde man auch nicht abrücken, so Kartellamtschef Ulf Böge Ende voriger Woche: „Das Kartellrecht sieht die präventive Verhinderung wettbewerbsgefährdender Zusammenschlüsse vor, eine derart gravierende nachträgliche Verkaufsaufgabe wäre deshalb gar nicht zulässig.“

Entsprechend geharnischt fiel die Reaktion von Senderketten-Chef

Guillaume de Posch aus: Man sei an den Besprechungen mit dem Kartellamt nicht beteiligt gewesen und überrascht. De Posch ist allen Aktionären verpflichtet – und muss gerade zusehen, wie über seinen Kopf hinweg das TV-Unternehmen zerschnitten wird. Nach innen versuchte er, die verunsicherten Mitarbeiter zu besänftigen: „Behalten Sie Ruhe. Entscheidungen sind bisher nicht gefallen.“

Für Springer ist die neue Kartellhürde vor allem steuerlicher Natur: Laut geltender Vertragskonstruktion wäre bei einem

Verkauf bis 31. Dezember 2006 jeder Veräußerungsgewinn voll steuerpflichtig. Bei der aktuellen Bewertung von ProSieben von rund zwei Milliarden Euro müssten die Verkäufer einen hohen dreistelligen Millionenbetrag an den Fiskus überweisen. „Das ist kaufmännisch ausgeschlossen“, heißt es in der Springer-Spitze, wo Experten derweil nach steuerschonenden Varianten fahnden.

Reichlich Gesprächsstoff gibt es deshalb mit dem Noch-Eigentümer und Verkäufer Saban, der am Montag dieser Woche in der Berliner Springer-Zentrale erwartet wird. Vor allem von ihm und seiner Geduld hängt es jetzt ab, ob Döpfners Plan eine Chance hat. Selbst bei Springer will man nicht mehr ausschließen, dass dem Mann aus Beverly Hills inzwischen die Lust vergangen sein könnte, sich weiter mit den lästigen deutschen Kontrollbehörden und deren Vorgaben auseinanderzusetzen.

Sollte er insgeheim längst einen kartellrechtlich unbedenklichen neuen Käufer für die gesamte Senderfamilie in petto haben, wäre das neue Szenario ohnehin eine Totgeburt. Sein Berlin-Besuch dürfte Sabans Begeisterung nicht gerade steigern: Döpfner will eine Klausel wegverhandeln, nach der Saban ab 23. Januar täglich rund 823 000 Euro Zinsen auf den noch nicht geflossenen Kaufpreis verlangen kann – immerhin knapp 25 Millionen pro Monat.

„Wenn Saban darauf besteht, schnell Kasse zu machen, ist es vorbei“, sagt ein Eingeweihter.

„Siege, wenn du kannst, verliere, wenn du musst, aber kapituliere nie“, hatte Döpfner sich kürzlich selbst öffentlich als Maxime verordnet. Er ist bereit, für den vermeintlichen Sieg viel zu riskieren. Sehr viel. Vielleicht zu viel, wie zunehmend misstrauische Beobachter im Verlag meinen.

Vernehmliches Grummeln hatte es intern schon gegeben, als kürzlich klar wurde, dass Döpfner im Kaufvertrag garantiert hatte, im Fall von kartellrechtlichen Schwierigkeiten große Teile des hiesigen Zeitschriftengeschäfts zur Disposition zu stellen.

Auf der langen Liste stand nicht nur der Springer-Klassiker „Hör zu“. „Euro“ und „Maxim“ wurden ebenso auf die Rampe geschoben wie zahlreiche Familienblätter. Zwar mühte man sich flugs, den Schritt als taktisch und nur theoretisch zu verbrämen. Das beruhigte viele der Magazinmacher im Verlagshaus indes kaum. Sie fühlen sich als Manövriermasse für das vermeintlich attraktivere TV-Geschäft. Auch



Großkoalitionäre Müntefering, Merkel: Aufatmen in Berlin

axel springer		ProSiebenSat.1 Media AG	davon ProSieben
UMSATZ 2004 in Mio. Euro	2402	1835	750
GEWINN (vor Steuern) in Mio. Euro	316	285	175
MITARBEITER	10 700	2700	252
ZEITUNGEN Bild, Berliner Morgenpost, B.Z., Die Welt, Hamburger Abendblatt	ZEITSCHRIFTEN Hörzu, Auto Bild, Computer Bild, Bild der Frau	SCIT	ProSieben
DRUCK Prinovis (Joint Venture)	INTERNET bild.t-online.de buecher.de immonet.de stepstone.de	N24	
HÖRFUNK Beteilig. an mehr als 20 Sendern		kabel eins	
		LIVE	



Springer-Chef Döpfner: „Kapituliere nie“



Investor Saban, Premiere-Chef Kofler: Neue Formationen auf dem deutschen Fernsehmarkt?

Döpfners verbale Spitzen gegen das eigene Boulevardgeschäft wurden intern registriert: „Man sollte die ‚Bild‘-Zeitung nicht zum vorherrschenden politischen Leitmedium überhöhen“, hatte der Konzernchef unlängst im „FAZ“-Interview betont. Sie sei „nur so wichtig, wie sie von den politischen Eliten genommen wird“. Dem Kartellamt teilte Springer zudem mit, das Blatt werde doch eher von älteren Zielgruppen gelesen. Taktik hin oder her – den „Bild“-Anzeigenverkäufern macht es die Arbeit indes nicht leichter.

„Bei aller Rücksicht auf die Analysten dürfen wir nicht vergessen, dass eine Genehmigung nur Mittel zu einem höheren Zweck ist“, sagt ein hochrangiger Konzernmitarbeiter, „nämlich ein florierendes integriertes Unternehmen aufzubauen.“

Tatsächlich würde mit ProSieben nicht nur ein Sender unter vielen aus dem Springerschen Planungsmosaik fallen. Ein derart abgespecktes Fusionsvorhaben würde das Geschäft in seinen Grundfesten verändern und womöglich den gesamten deutschen Medienmarkt gleich mit. ProSieben – das sind nicht nur Stefan Raab, „Galileo“ und „Desperate Housewives“. ProSieben – das bedeutet auch 532 Millionen Euro Umsatz allein in den ersten drei Quartalen 2005 und vor allem rund 110 Millionen Euro Gewinn, fast 44 Prozent des Gewinns der Sendergruppe.

Gegenüber den Konzentrationswächtern sind das beeindruckende Zahlen. Für Springer hätte ein Verzicht auf ProSieben allerdings die unerwünschte Nebenwirkung, dass die Marktführerschaft in der deutschen Privat-TV-Landschaft perdu wäre. Das mag ein läppischer Titel sein, aber dabei geht es um die Lufthoheit übers bundesdeutsche Reklamegeschäft.

Zudem hätte die Trennungsoperation erhebliche Tücken: Programmeinkauf, Wer-

bezeitenvermarktung, Rechnungswesen, Online-Aktivitäten – all dies erledigen bislang Tochtergesellschaften zentral für alle Sender. Das alles müsste aufgebrochen und entflochten werden, was nicht nur für Namensprobleme sorgen würde. Die meisten Töchter tragen wie die gesamte Sendergruppe die Sieben bislang prominent im Namen.

Ein Abschied von ProSieben würde auch die übrige Familie in Mitleidenschaft ziehen. Beispiel N24: Der Nachrichtenkanal der Gruppe verkauft seine Leistungen intern an Sat.1 und ProSieben. Sollte so ein großer Abnehmer wegfallen, würde es eng für den Kleinstsender.

Dennoch hat die Springer-interne Bewertung ergeben, dass die Variante aus Konzernperspektive Charme besäße: Immerhin könnten Kaufpreis und das dafür notwendige Kreditvolumen erheblich sinken.

Das würde das Unternehmen trotz der teuren TV-Übernahme finanziell wieder flexibler machen.

Niemand könnte Springer zudem verbieten, etwa den Konserven-Kanal Kabel 1 zu einem frischeren „Kabel 7“ aufzurüsten: Die aktuellen Spielfilm- und Serienrechte liegen nämlich bei der Holding und nicht beim

Sender ProSieben. „Das wäre ein Fall von internem Wachstum und würde keinen Fusionsfall auslösen, sondern wenn überhaupt nur der Missbrauchsaufsicht unterliegen“, so Kartellamtschef Böge.

Und auch über den Käufer des Kanals kann Springer mitbestimmen. Der Verlag hielt schon vor dem Kauf zwölf Prozent an der Sendergruppe und besetzt zwei Posten im Aufsichtsrat. An möglichen Interessenten besteht sowieso kein Mangel. Sollte es tatsächlich zur Abspaltung kommen, könnte das zu ganz neuen Formationen auf dem deutschen Fernsehmarkt führen.

An möglichen Interessenten für ProSieben besteht offenkundig kein Mangel.

Am Donnerstag speiste Springer-Chef Döpfner im Journalistenclub der Verlagsgesellschaft mit Patrick Le Lay, Chef der französischen Sendergruppe TF1. Der signalisierte nachhaltiges Interesse, genauso wie Ronald Lauder aus der gleichnamigen Kosmetik-Dynastie, der vor allem Sender in Osteuropa besitzt.

Bis in die Türkei hat sich die Sache schon herumgesprochen: Bei der Dogan Media Group („Hürriyet“, „Kanal D“) kann man sich auf dem so wichtigen Markt Deutschland viel vorstellen – offenbar auch eine Übernahme von ProSieben.

Auch mit der Beteiligungsgesellschaft Permira gab es bereits Gespräche. Sie ist Miteignerin des SBS-Konzerns – Europas zweitgrößte Senderkette mit Kanälen von Holland bis Skandinavien.

Gut ins Deutschland-Konzept passen würde ProSieben auch für NBC Universal, das zurzeit den TV-Kanal „Das Vierte“ sowie mehrere Pay-Sender betreibt. Der Spielfilmkanal wäre eine schöne Ergänzung der bisherigen Mini-Senderfamilie.

Und selbst bei vom plötzlichen Bundesliga-Ballverlust gebeutelten Premiere weckt ProSieben neue Phantasien. Immerhin hat Premiere-Boss Georg Kofler den Kanal einst aus der Taufe gehoben und an die Börse geführt. In besseren Premiere-Tagen, als sein Laden am Aktienmarkt noch mit 2,3 Milliarden bewertet war, hatte Kofler mit Saban schon mal über die ganze Sendergruppe gesprochen.

Nach seinem Börsenabsturz kurz vor Weihnachten bräuchte er wohl Partner, um ProSieben schlucken zu können – oder selbst einen neuen Investor. Von den Kabelgesellschaften und deren Eignern bis zur Deutschen Telekom stellen sich viele gerade auf die digitale Fernseh Zukunft ein und sondieren Übernahmeobjekte.

Eines zumindest scheint sicher: In einer Paarung von Premiere und ProSieben sähen etliche Medienmanager eine Menge Potential.

MARCEL ROSENBACH