

VERLAGE

## Irritationen um Verkaufscoup

Der Mediencoup des Jahres sorgt für Irritationen: Als Axel-Springer-Chef Mathias Döpfner vorvergangene Woche bekanntgab, Traditionstitel wie die „Berliner Morgenpost“, das „Hamburger Abendblatt“ und die „Hörzu“ für 920 Millionen Euro an die Funke-Gruppe („WAZ“) verkaufen zu wollen, stützten manche Branchenbeobachter. Funke gilt als erheblich verschuldet, dennoch gewährt die italienische Großbank Unicredit dem Unternehmen einen Kredit. Pikant daran: Die Verbindungen zwischen dem Verkäufer, der Axel Springer AG, und der Unicredit sind eng. Der Chef-aufseher ist gar in einer Doppelrolle unterwegs: Giuseppe Vita, 78, ist nicht nur Verwaltungsratschef der Bankengruppe, sondern gleichzeitig auch Aufsichtsratsvorsitzender der Axel Springer AG. Eine Springer-Sprecherin sagt: „Wir haben den Vorgang juristisch prüfen lassen. Es liegt kein Interessenkonflikt vor. Herr Vita gehört keinem Organ bei der Bank an, das mit Kreditvergaben befasst ist. Ihm lagen hierzu auch keine Informationen vor.“ Unicredit will ebenfalls „keinen Interessenkonflikt“ erkennen.



Döpfner

KLAUS-DIETMAR GABBERT / DDF IMAGES



DADO RUVIC / REUTERS

ZAHL DER WOCHE

66

Prozent

aller älteren Internetnutzer sind laut einer Studie des Branchenverbands Bitkom mittlerweile in sozialen Netzwerken wie Facebook, Google+, Xing oder LinkedIn registriert. Vor zwei Jahren waren lediglich 40 Prozent der über 65-Jährigen dort angemeldet. Trotz des Zuwachses bleibt der Abstand zu den 14- bis 29-Jährigen (91 Prozent) weiterhin groß.

ARD

## Keine Wahlumfrage in der letzten Woche

Die ARD wird, anders als das ZDF, in der letzten Woche vor der Bundestagswahl keine Wahlumfrage mehr veröffentlichen. „Wir werden wie immer unseren letzten ‚DeutschlandTrend‘ zehn Tage vor der Wahl veröffentlichen“, bestätigt ARD-Chefredakteur Thomas Baumann. Das hätten die ARD-Chefredakteure auf ihrer jüngsten Sitzung beschlossen. Damit setzt sich die ARD vom ZDF ab, das in diesem Jahr zum

ersten Mal noch drei Tage vor der Bundestagswahl eine Umfrage publik machen will – auch als Reaktion auf die Niedersachsen-Wahl, bei der die letzten Umfragewerte und das tatsächliche Wahlergebnis besonders für die FDP weit auseinanderlagen. Im ZDF hofft man, mit frischeren Zahlen näher am tatsächlichen Wahlergebnis zu liegen. In der Diskussion unter den ARD-Chefredakteuren überwogen jedoch die Bedenken. Durch eine Umfrage knapp vor der Wahl werde der Eindruck verstärkt, es handle sich um eine Prognose auf den Wahlausgang. Auch wolle man den Anschein vermeiden, die ARD wolle sich zum Akteur aufspielen, der das Wahlergebnis beeinflusse. Im Falle einer eindeutigen Umfrage so kurz vor dem Termin würden viele Bürger vielleicht nicht mehr wählen. Zudem könnten durch die Bayern-Wahl eine Woche zuvor die Umfrageergebnisse verzerrt werden.



HERBY SACHS / WDR / DPA

Wahlendung mit Kanzlerin Merkel 2009