

TV-KONZERNE

Alles unter einem Dach

Der Medienunternehmer Leo Kirch ordnet sein Imperium: Der Sender Pro Sieben wird eingegliedert und arbeitet künftig eng mit dem bisherigen Konkurrenten Sat 1 zusammen. Der neue Verbund ist der mächtigste Fernsehkonzern des Landes.

Einmal im Jahr ist der Unternehmersohn Thomas Kirch, 42, öffentlich zu sehen. Dann präsidiert der schlaksige Münchner auf der Hauptversammlung seiner Pro Sieben Media AG im Kreis der Aufsichtsräte.

Unaufhörlich mahlt er mit dem Kiefer, kommentiert halblaut den Vortrag des Vorstands, lächelt kurz süßsauer auf, als ein Aktionär über den schwächelnden Börsenkurs klagt und dabei kritisch anmerkt, sein Vater Leo Kirch, 72, mache die besten Geschäfte offenbar lieber mit einem anderen Münchner Unternehmen, dem Börsenliebling EM-TV.

Nach Schluss der Veranstaltung flüchtet der zurückhaltende Betriebswirtschaftler und Technik-Freak schnell aus dem Saal.

Künftig kann der scheue Unternehmer, der ohnehin bei vielen Experten als Strohhalm seines Vaters gilt, die Öffentlichkeit wieder meiden: Leo Kirch übernimmt die Anteile seines Sohnes an Pro Sieben (58,4 Prozent) und gliedert den Sender in sein Medienimperium ein.

„Es wächst zusammen, was zusammengehört“, kommentiert ein Spitzenmanager die Fusion, die Leo Kirch mit einem Schlag – nun für alle sichtbar – zum Marktführer im deutschen TV-Gewerbe macht. Der Junior erhält als Ausgleich einen Anteil an einer Dachgesellschaft des Konzerns und wirkt dort seit kurzem als Aufsichtsrat.

Die Verschmelzung der offiziell bisher strikt getrennten Firmenreiche bringt dem Senior einen erheblichen Machtzuwachs. Künftig steuern Leo Kirch und sein Management gleich sechs Sender zentral: Die frei empfangbaren Sat 1, Pro Sieben, Kabel 1, Deutsches Sport-Fernsehen und N 24, einen für Januar 2000 geplanten Nachrichtenkanal, sowie den Pay-TV-Monopolisten Premiere World.

Damit ist fast alles unter einem Dach, was das Leben von TV-Junkies angenehm macht: Talkshows mit Arabella und Sonja, die Fußball-Bundesliga („ran“), die erfolgreichsten Comedy-Serien („Die Wochenshow“ und „TV Total“), dazu reichlich Nachrichten und Hollywood-Filme. Niemand erreicht in Deutschland mehr Leute,



TV-Unternehmer Leo und Thomas Kirch: „Es wächst zusammen, was zusammengehört“

jeder Vierte schaut Kirch. 3,85 Milliarden Mark, fast die Hälfte aller Werbegelder, flossen 1998 seinen Sendern zu. Und nach der Pro-Sieben-Übernahme beträgt der konsolidierte Umsatz der Kirch-Gruppe über 10 Milliarden Mark jährlich, sie steigt damit in die Riege der weltweit 15 größten Medienkonzerne auf.

„Vor dem Hintergrund eines sich konsolidierenden TV-Markts“, sagt der Kirch-Stellvertreter Dieter Hahn, 38, „wollen wir zum Wohl der Gesellschafter und Aktionäre enger zusammenrücken.“ Das steigere die Erträge aller betroffenen Sender enorm.

Den eindrucksvollen Zahlen und Perspektiven stehen freilich ein paar Probleme gegenüber. Die Bankschulden des Kirch-Imperiums belaufen sich schätzungsweise auf rund sechs Milliarden Mark, bedingt durch teure Programmeinkäufe in Hollywood und kostspielige Investitionen in das digitale Pay-TV.

Das Bezahlfernsehen rund um Premiere und DF 1 erwies sich in der Vergangenheit als größte Geldvernichtungsmaschine der deutschen Fernsehgeschichte. Jetzt soll das

Anfang Oktober gestartete Nachfolgeprogramm Premiere World reichlich TV-Abonnenten und Gewinn bringen, zunächst jedoch muss weiter investiert werden.

Zu allem Unglück platzte eine geplante Anleihe auf dem internationalen Kapitalmarkt in Höhe von zwei Milliarden Mark, Kirch hätte hohe Zinsen von 15 Prozent für das riskante Pay-TV-Projekt bezahlen müssen. Nun sorgen das Investmenthaus Morgan Stanley Dean Witter und, so Manager Hahn, ein Konsortium unter Führung der Bayerischen Landesbank mit je 1,5 Milliarden Mark für die Zwischenfinanzierung.

In dieser Situation kann Kirch gute Nachrichten gut gebrauchen – sie kommen aus dem werbefinanzierten Fernsehen und der eigenen Dynastie.

Über die Familienzusammenführung à la Kirch ist das Bundeskartellamt seit dem 24. September informiert. Die Münchner fragten bei der Berliner Behörde an, ob Bedenken gegen eine Eingliederung der Pro Sieben Media AG in die Kirch-Gruppe bestünden. Die Antwort, die Ende vergangener Woche einging: nein, es sei ja eine



Kirch-Sendung „Die Harald Schmidt Show“: Aufstieg in die Eliteliga der weltweit größten Medienunternehmen

ACTION PRESS

konzerninterne Transaktion und damit kein anmeldepflichtiger Zusammenschluss.

Medienrechtlich durfte ein Unternehmen in Deutschland ursprünglich, bis 1996, nur an einem TV-Sender die Mehrheit halten. Und so kam es, dass Thomas und nicht Leo Kirch sich an Pro Sieben beteiligte. Dass er der wirkliche Eigentümer und der Sohn nur vorgeschoben sei, hat Kirch senior immer vehement bestritten.

Das Gegenteil war nie zu beweisen, dennoch rechnen die Wettbewerbshüter und die Medienwächter bei ihren Analysen und Entscheidungen die Unternehmen von Vater und Sohn seit einiger Zeit zusammen und behandeln den bayerischen Bund als „Gleichordnungskonzern“.

Eine 1997 gegründete spezielle Kartellkommission der Bundesländer zur Beurteilung der Medienkonzentration sah Thomas und Leo Kirch von Anfang an als Einheit und genehmigte dennoch alle Anträge auf Anteilsverschiebungen und Neugründungen. Grund: Der Marktanteil liegt zusammengekommen bei rund 27 Prozent, inzwischen aber hat der Gesetzgeber die Höchstgrenze auf großzügige 30 Prozent festgelegt.

Nach dem Okay der Kontrolleure wird KirchMedia schon bald komplett den Mehrheitsanteil von Thomas Kirch an den allein stimmberechtigten Stammaktien der Pro Sieben Media AG (Firmenwert: 2,8 Milliarden Mark) übernehmen. Mit dem Paket von 58,4 Prozent lässt sich das ganze Un-

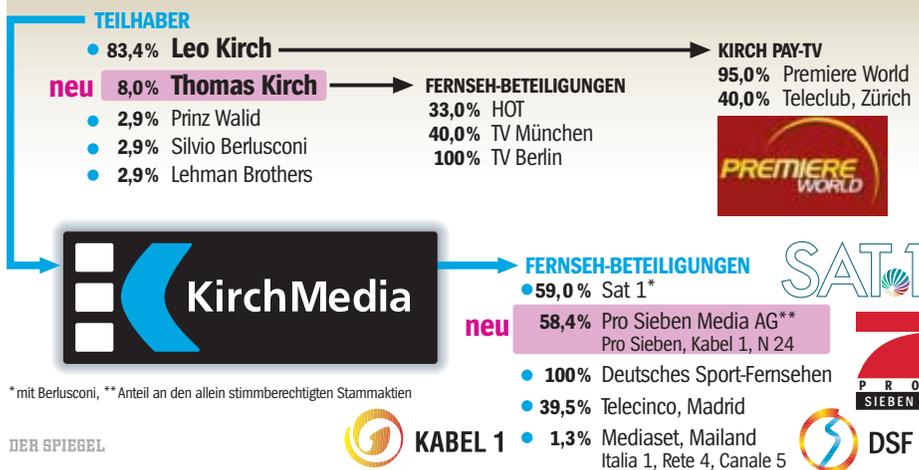
ternehmen kontrollieren. Als Ausgleich bekommt der scheidende Eigentümer Thomas Kirch, im Zuge einer Kapitalerhöhung, einen Anteil von rund 8 Prozent an KirchMedia.

In dieser Holdinggesellschaft bündelt Leo Kirch sein Lizenzhandelsgeschäft für Sport- und Filmrechte, die Produktionen für Film und Fernsehen sowie die Anteile an den Free-TV-Sendern. Künftig ist der Sohn nach dem Vater zweitgrößter Gesellschafter.

Noch im Oktober soll der Anteils-Transfer abgeschlossen sein. Dann beginnt bis zum Jahresende die Detailarbeit. Überall sehen die Kirch-Manager Einsparpotenziale und Größenvorteile:

- ▶ So können künftig Produktionen nach der Erstausstrahlung zwischen Sat 1, Pro Sieben und Kabel 1 besser getauscht und weiterverwertet werden. Bisher funktionierte das Wechselsystem nur vereinzelt, etwa beim Sat-1-Klassiker „Glücksrad“, das sich jetzt bei Kabel 1 dreht.
 - ▶ Im Filmhandel bietet Pro Sieben künftig nicht mehr separat um Ware, das macht alles Taurus, die Stammfirma Kirchs. Die gestiegene Einkaufsmacht soll die Preise für Filmlicenzen niedrig halten.
 - ▶ In der Vermarktung werden die Programme der Kirch-Sender den Werbekunden harmonisch zum Buchen von Spots angeboten: Pro Sieben als flotter Serien- und Filmkanal für Teens und Twens, Sat 1 als Familiensender für die 29- bis 49-Jährigen, Kabel 1 als Film- und Showspezialist für Zuschauer ab 40.
- Ein Plan sieht vor, dass die Vermarktungsorganisationen Media 1 (Sat 1) und

Fernseh-Spiel TV-Aktivitäten der Kirch-Familie





KRUG / GAT / ACTION PRESS

TV-Chefs Kogel, Kofler*: Wechselsystem für Programme

MediaGruppe München (Pro Sieben) fusionieren – für Werbe-Auftraggeber eine Horrorvorstellung. Ein „privatwirtschaftliches Duopol“ aus je einem Vermarkter für das Bertelsmann-RTL-Fernsehen sowie für Kirch könne „nicht in unserem Interesse sein“, sagt Wolf Lange, Mediamanager bei Unilever. Und Nestlé-Chef Hans Güldenberger fürchtet ein „Preisdiktat“.

Entschieden ist freilich noch nichts. „Es gibt keine konkreten Vorgaben“, sagt Kirch-Mann Hahn, „die Chefs der beteiligten Sender sollen sich Gedanken über die beste Struktur machen und diese den Gesellschaftern vorschlagen.“

Es winken etliche Rationalisierungseffekte, glauben die Kirch-Planer. Vom Pressesprecher bis zur Finanzbuchhaltung – vieles existiert derzeit doppelt im Familienbetrieb Kirch. Vieles wird es künftig nur noch einmal geben.

Zum zentralen Nachrichtenlieferanten beispielsweise steigt der neue Kanal N 24 auf, dem die Agentur ADN/ddp gehört. Über diese Infrastruktur sollen alle Kirch-Sender versorgt werden. „Wir brauchen mehr News-Kompetenz“, sagt ein Kirch-

Strategie, „das ist der Ankerplatz fürs Publikum.“

Der Start von N 24 wird wohl die letzte Tat von Pro-Sieben-Vorstandschef Georg Kofler, 42. In dem Sender wollte er „eine neue Journalistengeneration für das audiovisuelle Zeitalter heranziehen“, für ein „gesellschaftlich erwünschtes Programm, wo garantiert nicht Kirch drin ist“.

Der Südtiroler, ehemals Büroleiter bei Leo Kirch, hatte den Sender Pro Sieben Anfang 1989 als Kleingesellschafter und Geschäftsführer ge-

startet und ihn mit Top-Filmen zur Marke gemacht. Jahrelang setzte er auf Unabhängigkeit und bestellte etwa beim Kirch-Rivalen Bertelsmann die teure, aber quotenarme Daily Soap „Mallorca“: „Jeder Sender“, doziert der Ex-Skilehrer, „muss abends seinen eigenen Slalom fahren.“

Öffentlich erklärte Kofler gern, zwischen Thomas und Leo Kirch gebe es höchstens „chromosomentechnische Verbindungen“ – auch wenn Kirch senior seit der Anfangszeit der größte Filmlieferant der Gruppe und Vermieter der Pro-Sieben-Firmengebäude im Münchner Norden war.

Zeitweise wurde Kofler sogar als Kirchs Kronprinz gehandelt: Er hatte mit dem geglückten Börsengang von Pro Sieben im Juli 1997 über eine Milliarde Mark in die chronisch leere Familienkasse gespielt.

Doch die dominierende Rolle bei Kirch übernahm zusehends der robuste Manager Hahn, dessen Bruder Wolfgang zugleich im Filmeinkauf in Los Angeles eine wei-

tere Machtposition besetzte. So musste Kofler mit dem Plan scheitern, bei Sat 1 einzusteigen und in Eigenregie einen großen Senderverbund zu konstruieren.

Zeitgleich mit dem Beschluss von Leo und Thomas Kirch, ihre TV-Aktivitäten bei KirchMedia zu bündeln, entschloss sich Kofler schließlich im Mai für einen Abgang in Ehren. Als Wochen später erste Gerüchte über seine Entmachtung durchsickerten, sah er sich gemobbt – und wettete gegen „Heckenschützen“ bei Kirch.

In wenigen Wochen wird er durch den ruhigen Schweizer Urs Rohner, 39, ersetzt, einen erfahrenen Juristen, der auf Firmenzusammenschlüsse spezialisiert ist.

Der Fusion von Pro Sieben und Sat 1 sollen weitere Bereinigungen folgen. Das Ziel: Ein starker Kirch-Konzern, der von der Produktion von Filmen bis zum Abspielen in eigenen Kanälen alle TV-Aktivitäten vereinigt. Und der für Investoren und Aktionäre transparent ist: Spätestens im Jahr 2001 soll die Holding KirchMedia an die Börse gehen und mehrere Milliarden Mark Erlösen.

Kirch habe im TV-Markt stets als erster „wichtige einzelne Puzzlestücke“ entdeckt, sagt sein Stellvertreter Hahn, „und nun sieht man besser als früher das Gesamtbild“. Banken gegenüber nannten Kirch-Manager bereits eine Summe für den neuen Gesamtwert des Konzerns: mehr als 25 Milliarden Mark. HANS-JÜRGEN JAKOBS

* Mit Entertainer Thomas Gottschalk (l.) bei der Verleihung der „Goldenen Kamera“ am 9. Februar in Berlin.

