



Verbündete Sommer, Kirch: Auf Dauer gefestigte Marktmacht im Kabelfernsehen

MULTIMEDIA

„Gefährliches Spiel“

Telekom-Chef Ron Sommer arbeitet an einem europäischen Medienkonzern. Sein bisher wichtigster Partner: Leo Kirch.

N ahezu täglich sorgte Telekom-Chef Ron Sommer in der vergangenen Woche für Schlagzeilen: An einem Tag verkündete er eine Online-Übernahme in Frankreich, am nächsten eine Verbindung mit der Comdirect-Bank.

Da ging ein Pakt, der weitaus folgenreicher ist, fast unter: Eher nebenbei verkündete Sommer, dass die Telekom, der die meisten Netze für Telefon und Kabelfernsehen gehören, zusammen mit dem Münchner Leo Kirch, 73, in die Multimedia-Zukunft steuern will.

Kirchs Imperium, das zehntausende von Lizenzrechten, viele Produktionsfirmen und große TV-Kanäle wie Sat 1 und Pro Sieben umfasst, soll genau die Stoffe liefern, die Sommer fehlen. Umgekehrt bietet der Telekom-Manager dem Filmhändler freie Bahn in 18 Millionen Kabelhaushalte.

Die Allianz ist bereits über eine Schweizer Software-Firma verbunden. Nun will sie sich über das Gemeinschaftsunternehmen Tele Research ausbreiten, in dem die Münchner Beta Research aufgeht (siehe Grafik). In dieser Forschungsfirma hat Kirch die Technik für das digitale Fernsehen entwickelt, das über sein Zusatzgerät „d-box“ läuft.

Noch wird der Kasten, der Kirchs Pay-TV-Sender Premiere World auf den Bildschirm bringt, von Experten als leistungsschwach eingestuft. Künftig aber sollen die Kunden über ein stark verbessertes Gerät Spielfilme und Waren abrufen sowie ins

Internet gelangen können. Der Deal mit Kirch kostete die Telekom rund 700 Millionen Mark, sagte Sommer seinem Aufsichtsrat – ein Börsengang aber soll noch dieses Jahr viel Geld einspielen.

„Wir sehen dem Wettbewerb gelassen entgegen, weil wir in der Entwicklung ganz vorn stehen“, verkündet Gerrit Huy, die designierte Vorstandschefin der gemeinsamen Tochtergesellschaft von Kirch und Telekom.

Die bemerkenswerte Verbindung hat der einflussreiche Telekom-Berater Franz Arnold, 58, angebahnt (SPIEGEL 5/1999). Bei den seit einem Jahr laufenden Verhandlungen wurden der ehemalige Bonner Spitzenbeamte mit SPD-Parteibuch und der konservative TV-König sogar Duzfreunde.

Der Medienunternehmer hat schon Milliarden ins Digital-TV gesteckt. Im Kabelfernsehen ist er auf Jahre hinweg die Nummer eins, seine Gruppe okkupiert 5 von 13 Digitalkanälen – und der Telekom-Deal macht ihn unangreifbar.

Der Bonner Telekommunikationsriese wiederum setzt darauf, dass Kirchs Inhalte sein Kabel attraktiver – und wertvoller – machen. Die Telekom selbst steuert nur wenig zum Programm bei, etwa einen Jazzkanal; eine Werbekampagne für ihr Digital-TV für 20 Millionen Mark pries folgerichtig vor allem Premiere World an. Außerdem vermarktet der Konzern Kirchs d-box weit unter Marktpreis und trägt dabei stattliche Lizenzkosten.

Zwar muss die Telekom, auf Druck der EU-Kommission, ihr Kabelnetz teilweise verkaufen; in den nächsten Tagen sollen Investoren für Nordrhein-Westfalen, Hessen und Rheinland-Pfalz vorgestellt werden. Der Bonner Riese aber bleibt Minderheitsgesellschafter und will sich vertraglich eine jahrelange Kooperation zusichern lassen.

Eine Konkurrenz, die Telefon- und Internet-Dienste über die Fernseekabelnetze anbietet, wird sich bei so viel Marktmacht wohl erst in einigen Jahren formieren. Allein der nötige Ausbau der alten Kupferkabelnetze in moderne Datenbahnen braucht viel Zeit.

So kann die Telekom, wie bereits begonnen, in aller Ruhe ihre Telefonleitungen aufrüsten, um auch dort langfristige Filme und schnelle Internet-Zugänge anzubieten. Die T-DSL-Technik, auf die Sommer setzt, macht Datenübertragungen bis zu zehnmals schneller als im heutigen ISDN-Netz.

Noch ist nichts beschlossen, doch auch für dieses Netz steht Kirch als Lieferant von Bildern und Tönen bereit.

Derzeit baut er die neu gegründete Kirch New Media AG zur Internet-Größe und zum vierten Grundpfeiler des Unternehmens aus. Die Tochter, auch sie soll möglichst schnell an die Börse, vereint bereits bestehende Internet-Inhalte wie Sport 1, Sat 1 Online und die Angebote der Pro-Sieben-Gruppe, etwa Pro7.de (Entertainment) und n24.de (Nachrichten). Zusätzlich starten allerlei neue Kanäle, etwa für Spiele, Gesundheit und Reisen; auch Filme und Musik auf Abruf sowie E-Commerce-Geschäfte gehören zum Angebot.

Die gemeinsamen Interessen der Partner machen an den deutschen Grenzen nicht halt, streng vertraulich wurde über mögliche internationale Allianzen gesprochen. Als weitere Verbündete stehen Kirchs Partner Juan Villalonga von der spanischen Te-

Verflechtungen der Deutschen Telekom mit der Kirch-Gruppe



Die Mainzer Kabelfirma Primacom, die kleine Netze in Leipzig, Magdeburg, Halle, Mainz und Wiesbaden besitzt und sie

So will denn auch der Gütersloher Medienriese Bertelsmann in den Gesprächen

So zeichnen sich allenfalls Auflagen ab. „Wir können das dem Kirch“, sagt ein EU-Beamter, „wohl nicht noch einmal ablehnen.“ FRANK DOHMEN, HANS-JÜRGEN JAKOBS