

Die deutschen Geschäfte des Silvio B.

Diesseits der Alpen bewies Berlusconi als Unternehmer bislang wenig Fortune.



ISTVAN BREZNITZ

Medien-Magnaten Berlusconi, Kirch: *Bleibender Appetit auf den deutschen Markt*

Als Fedele Confalonieri Anfang April nach München reiste, hatte er eine schöne Tele-Vision für Deutschland vor Augen – zumindest aus seiner Sicht und aus der des italienischen Ministerpräsidenten. Der Chef des italienischen Medienriesen Mediaset, der mit Firmeneigner Silvio Berlusconi schon seit Jugendtagen eng befreundet ist, träumte davon, die operative Führung über die vier Sender der ProSiebenSat.1 Media AG zu übernehmen – und damit rund die Hälfte des deutschen Privatfernsehmarkts.

Diesen Plan schilderte Confalonieri, der in Begleitung seines Finanzchefs kam, in einem Münchner Nobelhotel jedenfalls dem amerikanischen Medienmilliardär Haim Saban, der gerade selbst einen Kaufvertrag über die ehemaligen Kirch-Kanäle ProSieben, Sat.1, Kabel 1 und N24 unterschrieben hatte und nun auf der dringenden Suche nach Co-Investoren war.

Berlusconi Vertrauensmann für das Mediengeschäft (Fedele heißt deutsch „der Treue“) konnte seinen selbstbewussten Auftritt mit imposanten Zahlen untermauern: Mitten in der internationalen Werbemiserie hatte die Mediaset mit ihren drei vorwiegend auf leichte und seichte Unterhaltung spezialisierten Kommerz-

kanälen Canale 5, Italia 1 und Rete 4 ihren Nettogewinn im vorigen Jahr um fast 50 Prozent auf stattliche 362 Millionen Euro gesteigert – während bei der Senderfamilie um ProSieben die Profite auf magere 15 Millionen zusammenschmolzen.

Die Botschaft der Italiener war klar: Wir verstehen etwas vom Fernsehgeschäft – und vom deutschen Medienmarkt. Tatsächlich mischt Berlusconi in wechselnden Konstellationen hier schon seit Ende der Achtziger mit.

Da Saban einen Co-Investor suchte und keinen mehrheitshungrigen Kontrolleur, brach er die Gespräche mit den Italienern nach gut einer Stunde ab. Die lassen sich jedoch so leicht nicht schrecken: Falls Haim Saban am Ende den Deal doch nicht mache, hatte Mediaset-Geschäftsführer Giuliano Adreani zuvor bereits orakelt, „dann wären wir wieder mit dabei – Deutschland ist ein sehr interessanter Markt“.

Berlusconi als neuer Herr über die ehemaligen Kirch-Kanäle? Der konservative „Cavaliere“, der zu Hause trotz aller Ankündigungen, eine Lösung für die offenkundige Interessenkollision zwischen der Politik und seinem riesigen Propaganda-Apparat zu finden, noch immer

eine beispiellose Meinungsmacht kontrolliert – als dritte Säule neben ARD, ZDF und Bertelsmann mit seiner RTL Group?

Für die deutsche Politik, das zeigte sich schon, als Berlusconis Unternehmen an der Seite der Commerzbank vor einem Jahr erstmals im Bieterverfahren um das Kirch-Erbe auftauchten, wäre das ein Horrorszenario. „Nicht unproblematisch“, urteilte Kanzler Schröder. Wolfgang Clement, damals noch NRW-Ministerpräsident, sah in einem stärkeren Engagement von Berlusconi sogar einen potenziellen Verfassungsbruch. Zuletzt hatte die bayerische Staatsregierung bei Haim Saban schwerste Bedenken gegen einen möglichen Partner Berlusconi hinterlegt.

Doch der scheint den Appetit auf den Medienmarkt jenseits der Alpen nicht zu verlieren, und das hat seinen Grund. Zu Hause in Italien kann Berlusconis Holding Fininvest kaum noch expandieren: Neben der Mediaset mit ihren Sendern kontrolliert sie mit Mondadori den größten Buchverlag, etwa 50 Print-Titel sowie mit Publitalia die wichtigste Werbefirma. Wachsen kann der Medienzar praktisch nur noch im Ausland. Und mit Deutschland, nach den USA und Japan dem drittgrößten Werbemarkt der Welt, hat er gleich mehrere Rechnungen offen: Immerhin machte der erfolgsverwöhnte „Tele-Duce“ hier zu Lande ungewohnte Erfahrungen – nämlich kräftige Verluste.

Vor allem seine langjährige, vertraute und trickreiche Geschäftsverbindung mit Leo Kirch führte für Berlusconi zu einem bösen Erwachen: Wegen der Insolvenz der KirchMedia, an der Berlusconis Unternehmen zuletzt insgesamt etwa fünf Prozent der Anteile hielten, musste allein die Fininvest im vorigen Jahr 331 Millionen Euro abschreiben – sogar die Dividende fiel aus, erstmals seit acht Jahren.

Bitter rächte sich für Berlusconi jetzt das ausgeklügelte System aus Überkreuzbeteiligungen, mit dem die beiden konservativen Konzernlenker jahrelang die Konzentrationsbestimmungen ihrer Heimatländer umschifften und sich auch schon mal gegenseitig mit dreistelligen Millionensummen zu Hilfe kamen.

Auch der Traum eines „europäischen kommerziellen Fernsehnetzwerks“, den Kirch und Berlusconi seit 1999 gemeinsam geträumt hatten, verpuffte mit der Pleite des Münchner Patriarchen. Außer Ankündigungen und einigen Co-Produk-

tionen wie TV-Neuaufgaben von „Doktor Schiwago“ und „Casanova“ hat das mit großem Aplomb gestartete Gemeinschaftsunternehmen Epsilon (früher: Eureka, Euroset) nicht viel zu Stande gebracht.

Schon Berlusconi's erste Gehversuche auf dem deutschen Markt waren ins Leere gelaufen: 1987, damals noch als Vollzeit-unternehmer, hatte sich Berlusconi an dem Minisender Tele 5 (damals noch Musicbox) des Filmhändlers Herbert Kloiber beteiligt. Zeitweise hielt er 45 Prozent an dem Kanal, den Kirch später zum Deutschen Sportfernsehen umbaute. Auch diese Beteiligung, von der er sich 1998 ganz trennte, machte Berlusconi nicht viel Freude: Der Sender ist bis heute in den roten Zahlen.

Deutlich erfolgreicher als im TV-Bereich agieren Berlusconi's Unternehmen in Deutschland in Sparten, die unter weniger scharfer öffentlicher Beobachtung stehen.

So akquirieren zwei Agenten in Bayern etwa seit Jahren großvolumige Druckaufträge für die riesigen Druckereien der Verlagssparte Mondadori in Italien und dem spanischen Toledo: Die Kundenliste ist lang und reicht vom ambitionierten Kunstbuchverlag Taschen über Gräfe und Unzer bis hin zu den Stuttgarter Comic-Spezialisten vom Dino-Verlag. Stark vertreten sind die Italiener auch im Katalogdruck: Unter anderen lassen Neckermann, Quelle, TUI und Dertour Teile ihrer deutschsprachigen Kataloge in Berlusconi's italienischen Tiefdruckrotationen herstellen. Insgesamt bescheren die Druckaufträge aus Germania dem Berlusconi-Unternehmen einem Deutschland-Statthalter von Mondadori zu-folge rund 25 Millionen Euro im Jahr.

Noch weniger bekannt ist, dass auch Bertelsmann-Unternehmen vertrauensvoll mit Firmen aus Berlusconi's Italo-Imperium zusammenarbeiten – inzwischen gibt es drei gemeinsame Gesellschaften. Bei dem erst 1999 gegründeten Joint Venture Mondolibri handelt es sich um die italienische Variante des Bertelsmann-Buchclubs; in dem seit 1990 gemeinsam betriebenen Ver-

Co-Produktion „Casanova“

Traum vom europäischen TV-Netzwerk



Mediaset-Programm: Spezialisten für Seichtes und Leichtes

lag Gruner+Jahr Mondadori publizieren die Partner Zeitschriften wie das monatliche Frauenmagazin „Vera Magazine“ und das populärwissenschaftliche „Focus“, mit rund 770 500 Exemplaren Italiens auflagenstärkstes Monatsmagazin. Erst im März 2001, zwei Monate vor Berlusconi's neuerlichem Wahlsieg, entschloss sich dann auch noch die Bertelsmann-Buchsparte Random House zu einem Joint Venture mit dem Berlusconi-Verlag – gemeinsam kümmern sie sich seither um den spanischen und lateinamerikanischen Buchmarkt.

Ohne großen öffentlichen Wirbel agieren auch andere Zweige der Fininvest in Deutschland. So erwarb etwa die Finanzsparte Mediolanum, an der Fininvest mit 35 Prozent der Anteile größter Aktionär ist, im Juli 2001 den Fondsverwalter Gamax Finanzdienste Vermittlungs GmbH sowie das private Münchner Bankhaus August Lenz – jeweils zu hundert Prozent. Damit habe man, so freuten sich die Italiener damals, nun auch in Deutschland und Österreich eine umfassende Plattform für den Vertrieb von Fonds und Versicherungen. Besonders gut scheinen die Geschäfte nicht zu laufen: Anfang des Jahres kündigte Gamax an, rund die Hälfte seiner knapp 40 Stellen abzubauen.

Ein Comeback des Cavaliere als Kirch-Erbe und neuer deutscher Fernsehzar würde ihn hier zu Lande in eine andere Liga hieven – eine ihm deutlich angemessenere, wie der Medien-Machtmensch Berlusconi zweifellos glaubt. Und obwohl die Insolvenzverwaltung versichert, das Unternehmen nach dem Saban-Desaster nun in Eigenregie und ohne Investor weiterführen zu wollen: Berlusconi und seine Manager haben die Hoffnung noch nicht aufgegeben. „Das ist keine Dauerlösung“, sagt ein Vertrauter von Confalonieri und baut argumentativ schon einmal vor: „Mediaset will in Deutschland Geschäfte machen, keine Politik.“

MARCEL ROSENBACH

invest – dem Kern seines heutigen Imperiums.

Am 31. März 1975 melden Professor Gianfranco Graziadei, Chef von Servizio Italia und ein 88-jähriger gebürtiger Tscheche, Federico Pollack, Vizepräsident einer Firma namens Saf, in Mailand die Finanziaria di Investimento Fininvest Srl an. Beide handeln im Auftrag eines gewissen Giancarlo Foscale.

Der lässt drei Jahre später, in Rom, die Fininvest Roma Srl entstehen. Am 7. Mai 1979 verschmelzen beide Unternehmen zur Finanziaria d'Investimento Fininvest Srl mit Sitz in Mailand. Im Verwaltungsrat sitzen Silvio Berlusconi, als Präsident, sein Bruder Paolo und eben Giancarlo Foscale, ihr Vetter.

Zwischen den beiden Fininvest-Firmen gab es vor und während der Verschmelzung abenteuerliche Geldflüsse: Millionensummen wanderten hin und her, das Stammkapital wurde herauf- und herabgesetzt, Guthaben und Schulden verbucht – ein für Außenstehende sinnlos scheinender permanenter Finanztransfer.

Aktiv daran beteiligt sind, ab Juni 1978, Holding-Gesellschaften, die gleich reihenweise kreiert werden und Holding Italiana 1, Holding Italiana 2, Holding Italiana 3 und so weiter heißen. Gleich im ersten Schwung entstehen 23, am Ende des Holding-Serienbaus, 1981, waren es schließlich 38.

Die amlich eingetragenen Gründer dieser Firmenscharteln waren in Wirtschaftskreisen eher unbekannt: Biedere Leute mit kleinen Einkünften, Hausfrauen und Rentner. Tatsächlich, recherchierte später die Staatsanwaltschaft, steckten hinter 35 der 38 Unternehmenscharteln – Silvio Berlusconi und seine Freunde.

Er habe, sagte der, mit der Massen-gründung der Holdings unter fremden Namen störende bürokratische For-