

TV-KONZERNE

Der Sieg der Sieben

Mit der Übernahme der Münchner ProSiebenSat.1 Media AG gelingt Haim Saban und seinen Finanzpartnern der bislang spektakulärste Deal auf dem deutschen Medienmarkt – gerade rechtzeitig vor der Bayern-Wahl. Ihre Ziele werden die Investoren nur mit massiven Schnitten erreichen.

Der Tag, an dem er zu einem der wichtigsten Medienunternehmer Deutschlands werden sollte, begann für Haim Saban ziemlich unerfreulich – mit Zahnschmerzen. In aller Frühe, gegen 7.30 Uhr, ließ sich der 58-Jährige am Dienstag vergangener Woche vom Chauffeurdienst seines Münchner Hotels eilig zu einer Zahnarztpraxis bringen.

Später fuhr der Milliardär mit der amerikanischen und israelischen Staatsbürgerschaft bei sengender Sommerhitze mitsamt seinem Familienclan nach Dachau. Dort besichtigten die Besucher aus Übersee die Relikte des ehemaligen Konzentrationslagers.

Zur gleichen Zeit tagte nicht weit entfernt im Kempinski-Hotel am Münchner Flughafen der Gläubigerausschuss des untergegangenen Kirch-Medienimperiums. Die neun Mitglieder beschlossen (bei zwei Enthaltungen), dem Mann im legeren weißen Freizeitdress und den schwarzen Lederschlappen, der in der Gedenkstätte gerade bewegt das Schicksal seiner jüdischen Glaubensgenossen studierte, nun doch die Mehrheit an den Fernsehkanälen ProSieben, Sat.1, Kabel 1 und N24 zu verkaufen – und damit knapp die Hälfte des deutschen Privatfernsehmarktes.

Der Vollzug war dann nur noch eine Formsache, wenn auch noch einmal eine zeitraubende: Am Freitag trafen sich Bevollmächtigte beider Seiten bei einem Notar in Basel – Saban war da längst nach Israel weitergereist, auch Insolvenzverwalter Michael Jaffé war nicht dabei. Nach elfstündigem Abgleichen, um 22 Uhr, waren die Verträge unterzeichnet. Ohne Kameras. Ganz unspektakulär. Endlich.

Es war das Ende der mehr als einjährigen Pokerpartie um das Erbe des Medienpleitiers Leo Kirch, eines Verkaufsverfahrens, das zuletzt zur Groteske zu werden drohte. Und es war ein historisches Datum der deutschen Mediengeschichte. Erstmals schickt ein internationaler Medienakteur sich an, den hiesigen Markt aufzurollen.

Beim Verkäufer KirchMedia rechnet man nun damit, dass der Kaufpreis bis spätestens Dienstag auf den vorgesehenen Konten eingeht; eine entsprechende Bestätigung von Sabans Bank liegt bereits vor.

Der Investor hatte zuvor eigens die Urlaubsplanung für sich und seinen Clan umgeworfen, um in der Endphase möglichst

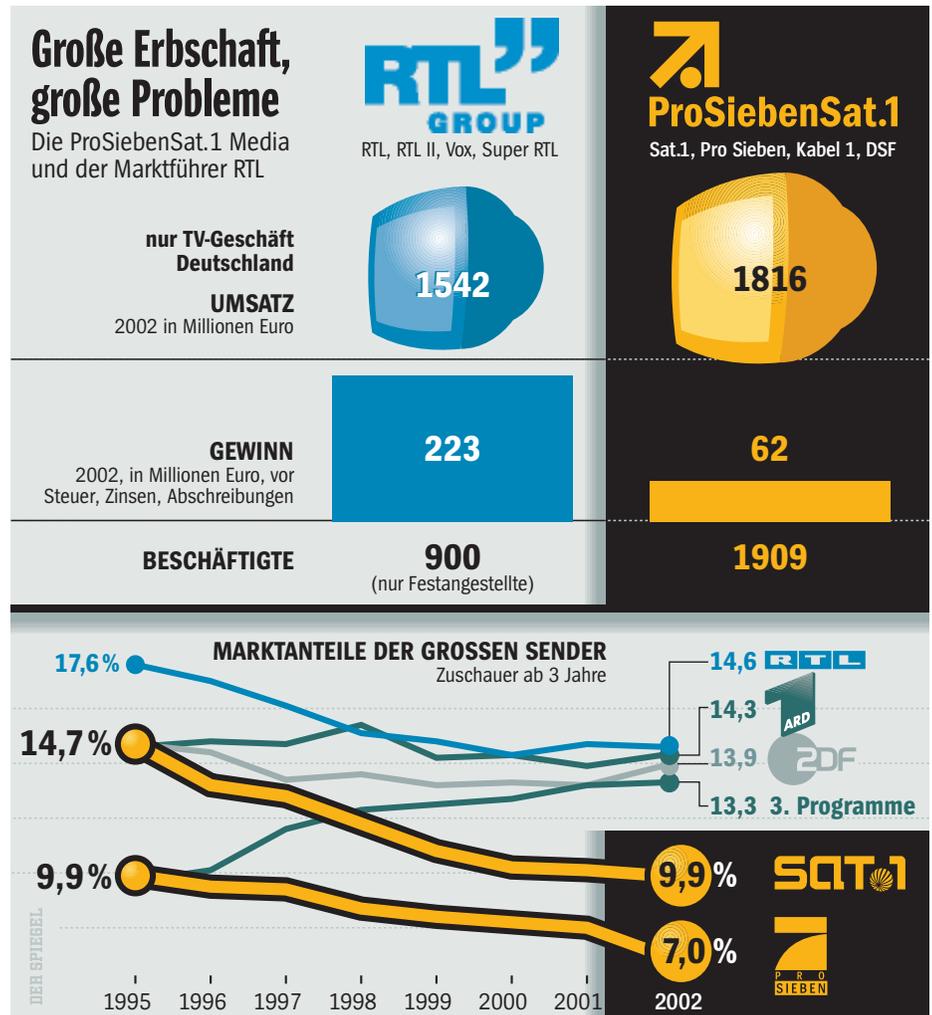
nah am Geschehen zu sein. Von Mallorca aus, wo er mit seiner Familie auf einer Yacht entspannte, war er mit seinem Privatjet am frühen Montagnachmittag in der bayerischen Landeshauptstadt eingeschwebt – begleitet von Ehefrau Cheryl, seinen Schwiegereltern und drei der vier Kinder.

In München indes mied der schillernde Medienmann die Öffentlichkeit. Dass es am Mittwoch dann doch noch so etwas gab wie eine Mini-Pressekonferenz, hatte wenig mit Sabans eigenen Präferenzen und viel damit zu tun, dass in Bayern der Landtagswahlkampf begonnen hat.

Kurzfristig hatte Bayerns Medienminister Erwin Huber für Sabans Antrittsabsteher in die Staatskanzlei ein paar Fotogra-

fen und Journalisten bestellt. Die Botschaft war klar: Saban ist hochwillkommen, das leidige Kirch-Problem gelöst. Dass der Investor versprach, bei dem kriselnden Konzern keine weiteren Arbeitsplätze zu streichen, passte den CSU-Granden bestens ins Konzept. Sonst sagte Saban nicht viel.

Die Zurückhaltung hatte ihren Grund. Zu präsent war allen Beteiligten noch das Bild, auf dem der Investor, Insolvenzverwalter Michael Jaffé sowie die beiden Kirch-Sanierer Wolfgang van Betteray und Hans-Joachim Ziems den Deal im März schon einmal per Handschlag strahlend besiegelt hatten. Zu frisch noch die Blamage, als die unterschriebenen Verträge Anfang Juni wieder platzten.





ProSieben-Programmflops „American Beauty“, „Will & Grace“: Statt Entertainment gab es zuletzt eher „Enttäuschung XXL“

Entsprechend verhalten fielen bislang auch die Reaktionen aus. Kein Jubel – allenfalls ein paar zaghafte Seufzer der Erleichterung, vor allem bei den verbliebenen Mitarbeitern des TV-Konzerns, die sich teils im Wochenrhythmus mit möglichen neuen Eigentümern anfreunden mussten. Der bekannteste von ihnen, Sat.1-Entertainer Harald Schmidt, inszenierte dann zumindest ein bisschen Enthusiasmus: „Habemus Haim Saban“, ätzte er ironisch und ließ im Einspielfilmchen weißen Rauch aufsteigen.

Selbst für direkt an dem Geschäft Beteiligte ist unklar, ob und vor allem für wen es nun eigentlich Grund zur Freude gibt. Nur eines ist sicher: Die deutsche Medienlandschaft wird sich durch den Einstieg Sabans tiefgreifend verändern. Dafür sorgen schon seine Partner.

Denn obwohl der charismatische Unternehmer nach außen als treibende Kraft erscheint und obwohl er sich in den Verträgen die operative Führung der übernehmenden Holding hat zusichern lassen – bei der Fi-

nanzierung des Übernahme-Unterfangens spielt Saban offenbar eine noch kleinere Rolle als angenommen: Der mit Abstand größte Posten kommt von den sechs Finanzbeteiligungsgesellschaften, die Saban in den letzten Wochen den Gläubigerbanken als seine neuen Partner vorgestellt hat.

Wenn nun die neu gegründete Holdinggesellschaft P7S1 Holding L.P., eine Tochter der Saban Capital Group, die 36 Prozent der Stammaktien (und damit die Stimmrechtsmehrheit von 72 Prozent) übernimmt, wird Haim Saban nur etwa 26 Prozent der Kosten von 7,50 Euro pro Aktie (im ersten Schritt insgesamt 525 Millionen Euro) aus eigener Tasche bezahlen – so zumindest der interne Planungsstand Ende Juli, den mehrere Quellen dem SPIEGEL bestätigen. Die Private-Equity-Firmen Hellman & Friedman, Bain Capital und Thomas H. Lee würden danach jeweils 19 Prozent der Summe als Darlehen beisteuern, Providence Equity Partners etwa 10 Prozent, Quadrangle knapp 6 Prozent und Alpine gerade mal rund 1 Prozent – als Gratifikation für Beratungsleistungen des entscheidenden Alpine-Mannes, einem Saban-Vertrauten.

Wenn das Kartellamt, das Sabans Engagement schon beim ersten Versuch positiv beschieden hat, auch den Einstieg seiner Partner erlaubt, sollen die Darlehen in Anteile an der Holding umgewandelt werden – Saban wäre dann nur einer von sieben Gesellschaftern, immerhin aber der einzige mit Sperrminorität.

Für die börsennotierte ProSiebenSat.1 Media AG, die neben ihren Vollprogrammen ProSieben und Sat.1 auch den Nachrichtenkanal N24 betreibt, wird das vor allem eines bedeuten: Der Zwang, gute Ergebnisse zu produzieren, wird künftig so groß sein wie nie zuvor. Das Geschäftsprinzip von Private-Equity-Firmen, die häufig von den großen US-Pensions-Fonds gespeist werden, ist simpel: Sie investieren auf Zeit, meist zwischen drei und fünf Jahre, und kalkulieren mit hohen Renditen auf ihr eingesetztes Kapital – 15 Prozent sind derzeit eine gebräuchliche Größe. „Der Druck in Richtung Ergebnisorientie-



Investor Saban: Am Ende nur einer von sieben Gesellschaftern



GUIDO OHLENROSTEL / ACTION PRESS

ProSiebenSat.1-Stand auf der Telemesse in Köln: Ein Sommertheater der absurden Art

„Die Quoten werden durch diese Investoren sicher nicht kleiner werden“, schwant auch ProSiebenSat.1-Chef Urs Rohner.

Insofern ist der Einstiegszeitpunkt für die siegreichen sieben günstig – denn Luft nach oben gibt es genügend, schon weil es für die Senderfamilie, einst eine der wenigen echten Goldgruben in Leo Kirchs marodem Medienreich, weiter abwärts kaum noch gehen kann.

Wie viel für die neuen Eigentümer zu tun bleibt, zeigte sich erst wieder am vorigen Donnerstag, als Rohner die Zahlen für das zweite Quartal präsentierte. Zwar konnte er nach einem Minus von 30,8 Millionen Euro im ersten Quartal durch dramatische Kostensenkungen vor allem im Programm wieder einen Gewinn von 33,2 Millionen Euro verkünden – bei um weitere sechs Prozent gesunkenen Umsätzen. Insgesamt liegt die Senderfamilie im ersten Halbjahr mit einem Vorsteuergewinn von 2,4 Millionen aber nur hauchzart in den schwarzen Zahlen; im Vorjahr waren es noch 25,3 Millionen gewesen.

Nicht nur beim Ergebnis und den Quoten liegen die ehemaligen Kirch-Sender weit abgeschlagen hinter dem Hauptkonkurrenten RTL Group: Der Anteil der Münchner am Gesamtwerbemarkt betrug brutto (also ohne Rabatte) im ersten Halbjahr 2003 gerade noch 42,6 Prozent – nach 46,4 Prozent im Vorjahr; sogar in dieser angestammten Domäne ging die Spitzenposition im ersten Halbjahr an die Kölner (45,4 Prozent) verloren.

Während der einstige Sorgensender Sat.1 mit einem renovierten Vorabend („Lenßen & Partner“) und der Casting-Show „Star Search“ inzwischen etwas aufholte, machte in letzter Zeit vor allem ProSieben der Gruppe zu schaffen.

Bitter rächte sich in den vergangenen Monaten, dass der Kanal lange an seinen hohen Spot-Preisen festhielt – obwohl er seine Quotenversprechungen längst nicht mehr einhalten konnte. Egal ob teuer ein-

gekauft, massiv beworbene US-Serienimporte wie „Alias“, Show-Experimente wie „Red Nose Day“ und „Dating Day“, Vorabend-Sitcoms wie „Will & Grace“ – zuletzt gab es in Unterföhring intern in Sachen Zuschauerzuspruch statt Entertainment XXL eher „Enttäuschung XXL“.

Nicht einmal mehr Kino-Blockbuster wie „American Beauty“ garantieren auf ProSieben noch für Erfolg: RTL programmierte die Klamotte „Crazy Race“ dagegen und hatte über zwei Millionen Zuschauer mehr.

Als hätte die Senderfamilie nicht genug Probleme, leistete sich das Management zuletzt noch ein Sommertheater der absurden Art: Der Plan des Vorstands, die Geschäftsführer von Sat.1 und ProSieben zu entlassen, scheiterte an einem internen Veto – und wurde prompt publik.

Kein Wunder, dass die Gläubigerbanken unruhig wurden. Viele hielten den noch auf der Hauptversammlung vor wenigen Wochen als Lösung für die nächsten Jahre gepriesenen „Plan B“ ohne Investor von außen plötzlich nicht mehr für eine so gute Idee. Nur so lässt sich erklären, warum sie Saban eine zweite Chance gaben – dem Mann, der Insolvenzverwaltung, freie Aktionäre und die Banken mit seinen Volten, seinem harten Verhandlungsstil und dem Versuch, das Pflichtangebot für die freien Aktionäre zu umgehen, bei seinem ersten Anlauf doch so nachhaltig vergrätzt zu haben schien.

Dabei lagen dem Gläubigerausschuss am Dienstag gleich zwei alternative Offerten vor. Die Private-Equity-Firma Apax, die mit 8 Euro pro Aktie der Insolvenzmasse insgesamt immerhin rund 35 Millionen Euro mehr eingebracht hätte. Zusätzlich war bei der KirchMedia noch ein Angebot der Investment-Firmen KKR, Permira und TPG eingetrudelt – ohne genau bezifferten Kaufpreis indes und mit dem Hinweis, dass noch zusätzliche Prüfungen erforderlich seien. Damit war es ohne Chance.

Denn es war auch der Faktor Zeit, der Saban nun einen entscheidenden Vorteil

brachte. Vor allem ging es dabei um die dringend notwendige, von der Hauptversammlung genehmigte Kapitalerhöhung bei der Senderfamilie, die bei 280 Millionen Euro liegen wird.

„Plan B“ zufolge hätte sich auch die halbstaatliche Bayerische Landesbank mit bis zu drei Prozent an der Finanzspritze beteiligen müssen. Der bayerische Staat als mittelbarer Miteigentümer einer Mediengruppe, die auch Nachrichten verbreitet – die zu erwartende Diskussion wollte die bayerische Staatskanzlei im beginnenden Landtagswahlkampf lieber vermeiden. Auch die umstrittenen Milliardenanleihen an die marode Kirch-Gruppe, so offenkundig die Befürchtung, würden dann noch einmal öffentliches Thema, und vor allem deren desaströse Folgen für die Landesbanker: Bislang schlägt die Kirch-Pleite in der Bankbilanz mit einer Risikovorsorge von rund einer Milliarde zu Buche.

Sabans neue Initiative kam da gerade recht – zumal er diesmal mit seinen Partnern neben der Kapitalerhöhung auch das Rückgaberrisiko einer Hochzinsanleihe über 200 Millionen Euro abdeckt und ein Pflichtangebot an die freien Aktionäre einkalkuliert – gegen das wegen der erwarteten niedrigen Bemessung erste Aktionäre allerdings juristische Schritte prüfen.

Seit Freitag vergangener Woche haben Saban und seine Partner die Geschicke der Senderfamilie in der Hand. Um ihre ambitionierten Renditeziele zu erreichen, werden die Investoren harte Schnitte setzen müssen.

Saban hat bei seinen Buchprüfungen und Sender-Besuchen bereits zahlreiche Schwachstellen entdeckt. Die Technikgruppe SZM etwa, die Studios betreibt, beschäftigt allein rund 900 Mitarbeiter – so viele wie die deutschen Sender der RTL-Group (RTL, Vox, Super RTL, RTL II) zusammen. Auch die Verteilung auf die Standorte München und Berlin wird wohl noch einmal auf den Prüfstand kommen, der defizitäre Nachrichtensender N24 steht sowieso unter besonderer Beobachtung.

Das Management bewegt vor allem die Frage, wie stark sich Saban hinter den Kulissen ins Tagesgeschäft einmischen wird. Sicher scheint schon einmal, dass im neu zu bildenden Aufsichtsrat künftig englisch gesprochen wird: Saban strebt den Vorsitz an, und auch für seinen Chef-Unterhändler Adam Chesnoff und Vertreter seiner Finanzpartner sind Sitze vorgesehen.

Auf jeden Fall werden die neuen Eigentümer bald Personalgespräche führen müssen. Eine vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Vorstandschef Rohner und seinen beiden Sender-Verantwortlichen wird nach dem Sommertheater kurz vor der Telemesse, bei der alle Beteiligten vor den Werbekunden noch einmal gute Miene machen mussten, kaum noch möglich sein.

MARCEL ROSENBACH