

VERLAGE

Ermittlungen bringen SWMH unter Druck

Die Ermittlungen der Staatsanwaltschaft beim Pressehaus Stuttgart bringen auch den Chef des Mutterkonzerns SWMH, Richard Rebmann, in Erklärungsnot. Vergangene Woche war bekannt geworden, dass gegen einen Ex-Mitarbeiter der Druckerei-Tochter ermittelt wird, wegen des Verdachts, Steuern und Sozialabgaben vorenthalten zu haben. Auslöser war die Selbstanzeige des Abteilungsleiters, der nach einem Bericht der internen Revision entlassen worden war. Nach seinen Angaben wurde die Manipulation der Zeiterfassung vom Top-Management mitgetragen, um „möglichst viele Zeiten steuerbegünstigt abrechnen zu können“, wie es in der Anzeige heißt. Rebmann verwarft sich gegen die Behauptung, die Manipulationen seien von früheren Geschäftsführern angeordnet oder geduldet worden. Doch legen Briefe nahe, dass ein Ex-Geschäftsführer vom Betriebsrat durchaus über Verstöße auch bei der Zeiterfassung informiert wurde. Im März 2001 etwa bat der Betriebsrat um Aufklärung wegen möglicher „Duldung von Gesetzesübertretungen“ und äußerte im Juni 2002 den Verdacht der „Urkundenfälschung“ und Manipulation. An Rebmann schrieb der Betriebsrat am 27. Februar 2009, man habe erfahren, dass „die Zeiterfassungssysteme umgangen werden“ und bei der Eintragung von Arbeitszeiten „manuelle Eingriffe“ erfolgten. „Es ging dabei aber nicht darum, dass systematisch Schichten verschoben und falschen Produktionstagen zugeordnet wurden“, sagt Rebmann. Von damit womöglich verbundenen Veruntreuungen habe er entsprechend keine Kenntnis gehabt. Bei Datenproben im September fand die interne Revision zwischen Januar und August 2009 48 Fälle, in denen unzulässig abgerechnet wurde. Für die SWMH, die sich für die Mehrheit an der „Süddeutschen Zeitung“ hoch verschuldet hat, kommt die Unruhe mehr als ungelegen. Sie verhandelt derzeit mit den Banken: Diese wollen die Tilgung von rund 40 Millionen Euro im Jahr nur strecken, wenn die Eigentümer einen Beitrag leisten. „Ich habe die feste Zusage der Gesellschafter, dass sie finanziell einspringen, wenn es nötig wird“, sagt Rebmann. Die genaue Summe für ein Gesellschafterdarlehen, die bei rund 90 Millionen Euro liegen dürfte, stehe erst fest, wenn die Bankengespräche abgeschlossen seien: „Ich bin zuversichtlich, dass wir bis Jahresbeginn eine Lösung haben.“



US-Serie „Gossip Girl“

TV-PROGRAMM

„Ein Frauensender fehlte einfach“



Andreas Bartl, 46, Vorstand bei ProSieben-Sat.1, über den neuen Kanal FemTV und den Fehlstart von Johannes B. Kerner

SPIEGEL: Die Werbekrise macht Ihrer Sendergruppe zu schaffen, ihr Konzernchef würde am liebsten neue Bezahlkanäle starten – und Sie gründen ausgerechnet einen Frauensender im Free-TV. Wie passt das zusammen?

Bartl: In Deutschland gibt es über hundert Frauenzeitschriften, aber keinen Frauensender. Der fehlte einfach noch in der Landschaft, deshalb starten wir im Frühjahr FemTV – als frei empfangbaren Sender, digital im Kabel und via Satellit.

SPIEGEL: Mitten in der Krise, bei einer Flut von Nischenkanälen und Ihrem Schuldenberg. Das ist mutig.

Bartl: Mutig ja, aber wir sehen eine echte Chance, auch am Werbemarkt. Frauen sind eine attraktive Zielgruppe, aber viele Unternehmen werben bisher nur in Print und nicht im Fernsehen, weil sie sich in TV-Spots nicht wiederfinden. Wir können bei FemTV Werbekonzepte ausprobieren, für die wir auf unseren großen Sendern einfach nicht genug Platz hätten, etwa gut erzählte und natürlich klar erkennbare Promotion-Stories. FemTV ist eine Spielwiese für neue Ideen und damit für neue Kunden.

SPIEGEL: Wie soll das Programm aussehen? Es gibt auf allen Kanälen schon jede Menge Programm für Frauen –

oder laufen Heidi Klums Topmodels bald bei FemTV statt bei ProSieben?

Bartl: Nein, da würde sich ProSieben bedanken. Wir werden dort eigenes Programm spielen und US-Serien wie „Gossip Girl“ oder „Brothers & Sisters“ zum Teil in deutscher Erstaussstrahlung. Wir produzieren auch selbst und setzen auf Themen rund um Mode, Lifestyle, Beauty, Food und Gesundheit.

SPIEGEL: Wie hoch soll denn Ihr Marktanteil werden? Und wann verdienen Sie Geld, der Konzern ist knapp bei Kasse?

Bartl: Wir stellen uns auf mittlere Sicht etwa zwei bis fünf Prozent vor bei den 14- bis 49-jährigen Frauen. Und in zwei Jahren wollen wir Gewinn machen, heute hat man dafür keine fünf Jahre Zeit.

SPIEGEL: Wer wird Senderchef?

Bartl: Es sollten sich schon Frauen den Kopf darüber zerbrechen, wie ein Frauensender aussieht. Ich bin daher sehr froh, dass ich mit Katja Hofem-Best eine erfolgreiche deutsche TV-Managerin als Senderchefin gewinnen konnte.

SPIEGEL: Zurzeit haben Sie ein Problem: Ihr teures neues Sat.1-Gesicht Johannes B. Kerner hat einen sauberen Fehlstart hingelegt mit 7,6 Prozent Quote.

Bartl: Natürlich haben wir gehofft, dass wir den Senderschnitt treffen und im Idealfall anheben, die Quoten müssen besser werden. Es ist aber ein wöchentliches Magazin, wir können schnell Lehren ziehen. Das Tempo muss höher werden, wir müssen den richtigen Rhythmus finden. Das ist jetzt die normale Ingenieursarbeit des Fernsehens.