

Das Ende der Patriarchen – sind Familienverlage ein Auslaufmodell ?

Eine Übernahme jagt im Mediensektor die nächste – international und national. Neben den grossen Medienkonzernen mischen jetzt anonyme Investoren die Szene bei Fernsehen, online und Print neu auf. Ist das Modell der klassischen Besitzerfamilien am Ende? Ade Ringier, Lamunière und Hagemann?

Von Wolf Ludwig

«Die Umwälzungen im Mediensektor setzen weltweit die klassischen Besitzerfamilien zunehmend unter Druck», so die «NZZ» unlängst angesichts der Spekulationen um den Verkauf der «New York Times». Und in Deutschland dominiert der Einfall von ausländischen Finanzinvestoren in den Fernsehsektor die Mediendebatte. Die Medienbranche ist in einem gewaltigen wirtschaftlichen Umbruch. Das wird Auswirkungen zeigen auf die traditionellen Besitzerstrukturen, auf die Rolle der «Service-public-Medien» und auch auf die Schweiz.

USA: Während der Sommermonate tobte eine regelrechte Übernahmeschlacht um das renommierte «Wall Street Journal» und den Wirtschaftsverlag Dow Jones & Co. Der gehörte bislang der weit verzweigten Verlegerfamilie Bancroft, die neben den Sulzbergers («New York Times») und Grahams («Washington Post») zur Noblesse der US-amerikanischen Medienbranche gehören.

Bevor jedoch «Murdoch den Schampus kaltstellen» («Spiegel») konnte, ging es im Hause Bancroft hoch her. Die Mehrheit der Sippe wehrte sich standhaft gegen die unfeinen Avancen des Moguls, fürchtete um Reputation und redaktionelle Unabhängigkeit des Traditionsblatts, prüfte ausweglose Gegen-Optionen und konnte dann dem verlockenden Angebot von fünf Milliarden Dollar doch nicht widerstehen. Andere Beobachter munkelten, dass den Bancrofts gar nichts anderes übrig blieb, wollten sie den Aktienkurs des Verlags nicht ins Bodenlose jagen. Immerhin konnten sie dem milliardenschweren Emporkömmling – erstmals bei seinen Deals – das Zugeständnis abringen, die redaktionelle Integrität des Wall Street Journal zu wahren. Auch mag sich die Verlegerfamilie damit trösten, dass man Murdoch wenigstens nachsagt, «Zeitungen zu lieben».

Nach dem Dow-Jones-Deal ist die Frage naheliegend, wie lange sich ande-

re Traditionshäuser wie die «New York Times» und die Sulzbergers noch vor Begehrlichkeiten von Investoren schützen können. Forderungen nach einem Ende der Familienherrschaft gab es dort schon wiederholt und bereits vor der Dow-Jones-Übernahme. Die «New York Times» als auflagenstärkste Tageszeitung der USA wurde schon 1968 an die Börse gebracht. Bislang konnte jedoch eine komplizierte und zweigeteilte Aktienstruktur, die dem Sulzberger-Clan die Kontrolle über Verlag und Aufsichtsrat sichert, fremde Begierde bremsen. Der Aktienkurs des Verlags dümpelt jedoch, weil die Redaktion mit reichlich Geld für Inhalt und Qualität ausgestattet ist: Insider sprechen von satten 200 Millionen Dollar pro Jahr. «Aber die Struktur alleine schützt die Unabhängigkeit nicht. Die Eigentümer müssen auch gewillt sein, ihr Eigentum zu behalten und ihrem Produkt zu vertrauen», beurteilte die «NZZ» die trüben Aussichten des Familienverlegermodells.

Von Kirch über Saban zu KKR und Permira

Deutschland: Lehrreiche Fallbeispiele für die neue Medienwelt und deren Regeln gibt's schon genug. Nach dem Fall des Kirch-Imperiums, einer der dramatischsten Pleiten der Nachkriegszeit, begann im Juni 2002 das Bieterverfahren um das marode Erbe, in dem sich der US-Investor Haim Saban nach zähen Verhandlungen durchsetzte – für einen Schnäppchen-Preis von 525 Millionen Euro. Kaum war die TV-Gruppe ProSiebenSat.1 wieder flott gemacht, beauftragten die neuen Eigentümer die Investmentbanken JP Morgan und Morgan Stanley mit einer Auktion. Begehrliche Interessenten standen Schlange: von Apax, Berlusconi, Blackstone über die US-Bank Goldman Sachs bis Springer. Nachdem das deutsche Kartellamt einen heimischen Deal wegen wettbewerbs-

rechtlicher Bedenken untersagte, ging ProSiebenSat.1 zum Jahresende 2006 für satte drei Milliarden Euro an die Finanzinvestoren KKR und Permira – an die «Heuschrecken», wie manche deutsche Blätter entsetzt kommentierten. Saban und seine Leute hatten den Aktienkurs in der Zwischenzeit vervierfacht und sich ihr Intermezzo reichlich vergolden lassen.

Es war SPD-Chef Franz Müntefering, der die «Heuschrecken»-Debatte seinerzeit im Frühsommer 2005 anzettelte. Die abwertende Tiermetapher steht für Private Equity-Gesellschaften oder «anonyme Investoren», welche er mit Heuschreckenplagen verglich. Der «Heuschrecken»-Begriff gehört seitdem zum politischen Vokabular. Angesichts der geballten Kapitalmacht und Gefrässigkeit von Finanzinvestoren forderten Ende Juli auch Medienpolitiker von CDU und SPD unisono, das Wirken internationaler Finanzinvestoren auf dem deutschen Medienmarkt schon bald zu regulieren. Der Vorsitzende der SPD-Medienkommission Marc Jan Eumann verlangte vom Gesetzgeber: «Es muss eine absolute Offenlegungspflicht für die Eigentümerstrukturen der Sender geben.»

Zwischen Internationalisierung und Heimatschutz

Als möglichen Schutz forderte Eumann die Einführung einer Beteiligungsobergrenze von 25 Prozent für Investoren von ausserhalb der EU. Für die Öffentlichkeit müsse klar sein, «wer tatsächlich über Meinungsmacht im deutschen Fernsehmarkt verfügt». Denn die Medien seien für die demokratische Gesellschaft immerhin «eine Schlüsselbranche». Selbst bei einem CDU-Politiker wie Bernhard Vogel, einst vehementer Verfechter des privaten Rundfunks, kommt Untergangsstimmung auf: «Ich fürchte, dass ein Kapitel der deutschen Mediengeschichte zu Ende geht.»

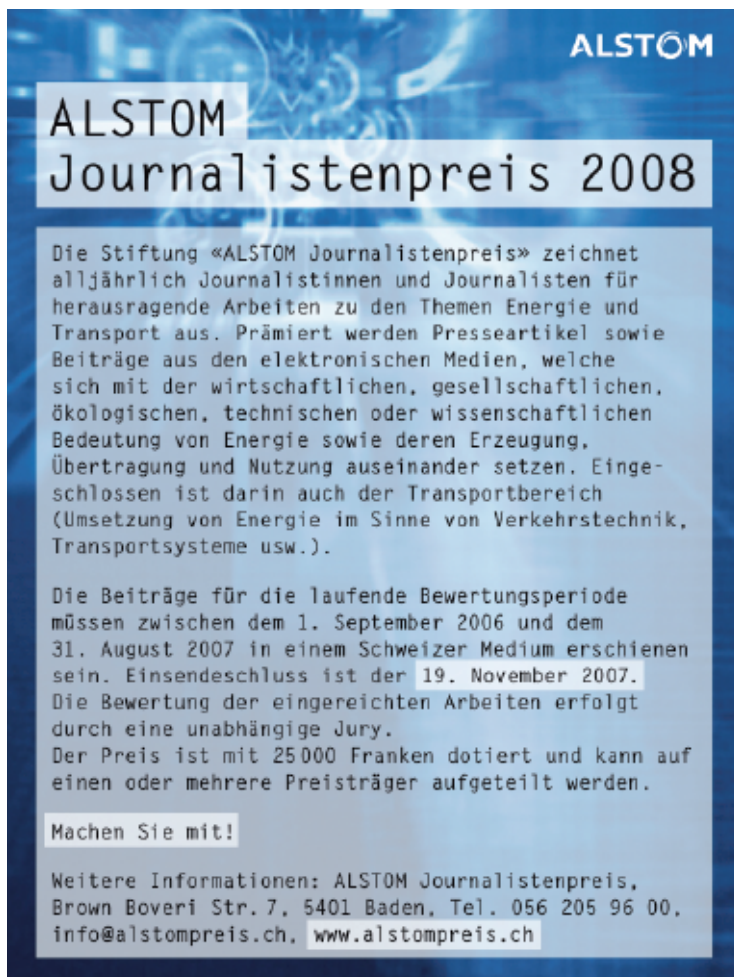
Solch düstere Ahnungen über das neue Medien-Zeitalter, wo nur noch schnöder Mammon zählt, befallen auch hartgesottene Macher vom Schlage eines Roger Schawinski. Der ehemalige Sat1-Chef – der seinerzeit beim BELCOM-Verkauf auch kräftig zulangte – räsionierte unlängst in einem «Spiegel»-Interview: «Die Gewinnoptimierung ist bei Verlegerpersönlichkeiten nicht im Vordergrund. Die «Welt» etwa wird seit 30 Jahren trotz Verlusten produziert, weil die Zeitung ein verlegerisches Statement ist.» Und dem Medienmensch Schawinski

schwante, was mit der «Welt» passieren würde, wenn einst Finanzinvestoren das Verlagshaus Springer ganz übernehmen würden: «Die wäre ratzfatz weg.»

Erdbeben in Schweizer Dimension

Schweiz: Nach langem Kulissenschieben übernahm die Tamedia die Espace Media von der Familie Erwin Reinhardt-Scherz sowie Charles von Graffenried. Verleger Matthias Hagemann (BaZ) sprach von einem «Erdbeben der Stärke 12». Denn noch immer sind die Verle-

gerfamilien stark präsent: Coninx (Tamedia), Hagemann (BaZ), Lebrument (Südostschweiz), Lamunière (Edipresse). Doch gerade Michael Ringier, die Nummer 1, liess bereits nach einem Flirt mit Springer durchblicken, dass eine Fusion des Familienkonzerns nicht auszuschliessen sei. Spätestens dann wurde klar, dass alle privaten Medienhäuser in der Schweiz sich mit neuen Besitzverhältnissen auseinandersetzen müssen. Und damit stünde auch hierzulande die Tradition der Familienverleger zur Disposition.



ALSTOM
Journalistenpreis 2008

Die Stiftung «ALSTOM Journalistenpreis» zeichnet alljährlich Journalistinnen und Journalisten für herausragende Arbeiten zu den Themen Energie und Transport aus. Prämiert werden Presseartikel sowie Beiträge aus den elektronischen Medien, welche sich mit der wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, ökologischen, technischen oder wissenschaftlichen Bedeutung von Energie sowie deren Erzeugung, Übertragung und Nutzung auseinandersetzen. Eingeschlossen ist darin auch der Transportbereich (Umsetzung von Energie im Sinne von Verkehrstechnik, Transportsysteme usw.).

Die Beiträge für die laufende Bewertungsperiode müssen zwischen dem 1. September 2006 und dem 31. August 2007 in einem Schweizer Medium erschienen sein. Einsendeschluss ist der 19. November 2007. Die Bewertung der eingereichten Arbeiten erfolgt durch eine unabhängige Jury. Der Preis ist mit 25000 Franken dotiert und kann auf einen oder mehrere Preisträger aufgeteilt werden.

Machen Sie mit!

Weitere Informationen: ALSTOM Journalistenpreis, Brown Boveri Str. 7, 5401 Baden, Tel. 056 205 96 00, info@alstompreis.ch, www.alstompreis.ch



■ Schweizer Syndikat Medienschaffender ■ Syndicat suisse des mass media ■ Sindacato svizzero dei mass media ■ Sindicat svizzer dils mediums da massa

vpod/ssm – MULTI – Rechtsschutz -
die Ergänzung zum gewerkschaftlichen
Berufsrechtsschutz

Exklusiv für vpod- und ssm-Mitglieder

Birmensdorferstrasse 65, 8004 Zürich
Tel. 044 202 77 51, Fax 044 202 79 48,
ssmzentrale@tic.ch, www.ssm-site.ch

«Die Tamedia ist zwar immer noch von der Coninx-Familie kontrolliert», sagt Christian Mensch, Journalist und langjähriger Beobachter der Verlagszene, stellt aber einen Kulturbruch fest: «Seit dem Börsengang vom Oktober 2000 haben sich Aussendarstellung und Aussenwirkung verändert.» Spätestens nach dem Amtsantritt von Martin Kall «wird bei Tamedia ein anderes Image gepflegt». Karl Lüönd, langjähriger Journalist, Chefredaktor und Leiter des Medieninstituts weist auf die Zwickmühle hin: «Bei Tamedia schauen die Analysten seit dem Going public genauer hin. Durch den geringen freien Anteil gelten die Tamedia-Aktien jedoch als schwierig und viele Analysten raten von sowas ab.» «Generell», so Christian Mensch, «ist branchenfremdes Geld im Medienbereich ein grosses Problem.»

Wo Analysten jedes Quartal viel versprechende Zahlen sehen wollen, ist der Spielraum für verlegerische Ambitionen marginal geworden. Karl Lüönd erinnert daran, dass der «Blick», als er 1959 als erste Boulevardzeitung lanciert wurde, «die ersten 15 Jahre von der Verlegerfamilie durchgepäppelt wurde, ohne einen Franken abzuwerfen». Solch kostenträchtige und über Jahre kaum gewinnbringende Verlags-Innovationen sind heute gemäss Branchenkenner Lüönd «nicht mehr vorstellbar». Ebenso wenig hemdsärmeliger Pioniergeist wie der Start der Ringier-Aktivitäten in Osteuropa: Thomas Trüb war 1990 mit einem Koffer mit 50 000 Franken nach Prag gereist, um die tschechische «Cash»-Version «Profit» zu lancieren. Von Profit gab's erstmal keine Spur. Der Ringier-Verlag musste für seine Osteuropa-Erweiterungen vielmehr jede Menge Lehrgeld zahlen. Heute erweist sich die Investition als wirtschaftlich richtig. «Bei Ringier hatten die Familien-Patriarchen oftmals das richtige Gespür, das Richtige zu tun», urteilt Karl Lüönd. «Solch eine Verlagsführung ist bei einem

börsennotierten Unternehmen jedoch schlicht undenkbar.»

Dunkelkammer der Nachfolgeregelungen

Den Ausblick auf mögliche Nachfolgeregelungen bei so manchen Schweizer Familienverlagen bezeichnet selbst ein ausgewiesener Kenner wie Karl Lüönd «als Dunkelkammer». «Wie ein mittelständischer Familienbetrieb weitergeführt werden kann, ist eine Frage, die im gesamten mittelständischen Gewerbe aktuell ist. Medienbetriebe bilden da keine Ausnahme», kommentiert Christian Mensch. Er weist darauf hin, dass es bei den Verlagen in Familienbesitz schon heute durchaus unterschiedliche Modelle gibt. Und er fragt sich, ob Verlage im Familienbesitz grundsätzlich eine andere Geschäftspolitik betreiben als die anderen. «Entscheidend ist doch, ob das Medienhaus mit einer Verleger- oder einer Investoren-Optik geführt wird.»

Urs Gossweiler, Chefredaktor der «Jungfrau Zeitung» und Spross der Oberländer Verlegerfamilie, hält das Szenario um die Dow Jones-Übernahme «durchaus auch auf die Schweiz übertragbar». Der Verlegersohn stellt gar die spannende Frage, «was denn geschehen würde, wenn Springer-Mann Döpfner morgen ein öffentliches Angebot unterbreiten und für die grossen Schweizer Verlage – wie im Fall Bancroft – einen guten Preis bieten würde? Sagen wir mal 1,5 Milliarden Franken für Tamedia oder zwei Milliarden für Ringier. Damit bringt er die Verlegerfamilien jeweils unter doppelten Zugzwang.» Bei einem solchen Übernahme-Angebot sagt Gossweiler «eine Zerreihsprobe innerhalb des Aktionariats» voraus. «Und wenn der Preis stimmt, ist das eine Frage von 24 Stunden», schätzt der Journalist.

Nach Gossweilers Einschätzung «stellen die Schweizer Zeitungsverleger allmählich fest, dass wir in Schriftdeutsch

publizieren. Damit finden sich Konkurrenten nicht nur regional, sondern im ganzen deutschsprachigen Europa.» Der Springer-Verlag sei im Vergleich zum Bertelsmann-Konzern, der schon seit vielen Jahren weltweit agiert, einzig auf den deutschen Sprachraum fixiert, ohne vielfältige Wachstumsoptionen. Was wäre da naheliegender als weitere Übernahmen in der Schweiz? Ob Verkauf, Fusion oder Umstrukturierung der Besitzverhältnisse – die neuen Regeln in der alten Medienzunft sind beinhart geworden. Und das Übernahme-Karussell läuft auch Hochtour. Auch Schweizer Verlage und deren Verlegerfamilien haben nur noch spärliche Perspektiven und müssen sich gar die Frage stellen, ob das Modell der «Familien-Verleger» auch hierzulande ein Auslaufmodell ist?

Wie reagieren die Verlegerfamilien selbst? Fortsetzung folgt. ◀

Wolf Ludwig ist Journalist in Neuchâtel.

Michael Ringier «Waffen- fabrikanten»

Wie sehen Sie es, dass in Frankreich branchenfremde Unternehmen die überregionalen Zeitungen beherrschen?

«Ich schätze die Situation in Frankreich als noch schwieriger ein als die in Italien unter Berlusconi. Die meisten Inhalte werden in Frankreich von zwei Waffenfabrikanten hergestellt, die im Grunde völlig abhängig von der Politik sind, über die geschrieben werden soll.»
Aus: taz, die Tageszeitung, Sonderausgabe vom 15.9.07
