

# Springer schießt auf die Schweiz

**Die Tamedia kauft ein. Und in Deutschland steht mit dem Springer-Verlag ein weiterer potenter Käufer bereit. Was will Springer in der Schweiz?  
Von Gregory Lipinski**

Wenn Springer-Vorstandschef Mathias Döpfner über den schweizerischen Medienmarkt redet, kommt er ins Schwärmen. «Die Schweiz ist ein kleines Land, aber ein hochinteressanter Markt, sehr wirtschaftskräftig und uns kulturell sehr nah», erklärte Döpfner jüngst auf Anfrage der *gazette* in einer Telefonkonferenz zu den Quartalszahlen. Deshalb plant der Berliner Axel Springer Verlag seine Einkaufstour in der Schweiz fortzusetzen. Allerdings will der viertgrösste Zeitungskonzern Europas im Nachbarland keine grossen Sprünge wagen – trotz einer prall gefüllten Kriegskasse in Milliardenhöhe. «Grosse Zukäufe sind in der Schweiz nicht geplant. Sollten sich kleinere Gelegenheiten ergeben, in Segmenten, die für uns sinnvoll sind, dann würden wir dies natürlich prüfen», betont Döpfner.

## Springer will TV-Zeitschriften

Der Berliner Zeitungskonzern könnte trotzdem bald fündig werden: Denn bereits seit zwei Monaten buhlen Springer und der Hamburger Heinrich Bauer-Verlag um das Programm-Portfolio des schweizerischen Konkurrenten Ringier, das zwölf Zeitschriften in vier Ländern umfasst und rund 100 Mio. Euro schwer sein dürfte. Davon ist die TV-Zeitschrift *Tele* mit mehr als 170 000 Auflage der grösste Titel. Weitere Titel sind *TV vier*, *TV 2*, *TV 8* und *TV täglich*. Besonders dem Springer-Konzern, der im vergangenen Dezember den Schweizer Medienkonzern Jean Frey übernommen hat, werden Kaufambitionen nachgesagt. «Die Gerüchte verdichten sich, dass Springer gleich mehrere Titel in der Schweiz übernimmt», meint Rolf Suter, Geschäftsführer der M&M Mediaagentur, auf Anfrage.

Dass sich Ringier von den Titeln trennen will, liegt nach seiner Ansicht an den unsicheren Aussichten auf dem Markt für Programmzeitschriften. Denn während in den USA der Programmfüh-

rer *TV Guide* durch die anhaltende Digitalisierung kräftig an Auflage verloren hat, bahnt sich nach Deutschland auch in der Schweiz eine ähnliche Entwicklung an. Um nicht in die Klemme zu geraten, sucht Ringier deshalb vor allem für seine schweizerischen Titel einen Käufer. Springer käme hier gerade recht. Denn der Berliner Verlag ist mit dem Jean-Frey-Titel *TV Star* sowie mit dem seit August 2006 gestarteten *TV Digital* auf dem Schweizer Markt bislang eher unterrepräsentiert. Die deutsche Ausgabe von *TV Digital* wurde lediglich um einige Seiten ergänzt, um den schweizerischen Markt abzudecken.

## Risikoreicher Investor

Greift sich Springer die Ringier-Titel, kann dies der Berliner Konzern problemlos stemmen. Denn das Medienhaus verfügt über einen finanziellen Spielraum von ein bis zwei Mrd. Euro, um sogar grössere Akquisitionen zu tätigen. Zudem besitzt der Springer-Konzern noch eine 12-prozentige Beteiligung am Fernsehkonzern Pro Sieben Sat 1 Media, die das Unternehmen versilbern könnte. An der Börse ist das Aktienpaket derzeit mehr als 350 Mio. Euro wert. Der Verlagschef gilt in der Branche als ein risikofreudiger Investor, der bei Akquisitionen von strategischer Bedeutung auch mal tiefer in die Tasche greift. Dies gilt beispielsweise für die geplante Übernahme von Pro Sieben Sat 1. So war der ehemalige Welt-Chefredakteur 2005 bereit, rund 2,5 Mrd. Euro für die Mehrheit an dem Sender an den Investor Haim Saban zu zahlen. Der Erwerb scheiterte aber am Ende unter anderem an den Kartellbehörden.

Sollte Springer nach den Ringier-Titeln greifen, verfügen die Berliner zudem über genügend Erfahrungen, um die *TV Magazine* dauerhaft auf Gewinn zu trimmen. Dies bewies Springer erst jüngst wieder Anfang Mai. Um die Kosten zu

drücken, baute das Verlagshaus eine zentrale Mantelredaktion auf, die die wöchentlichen Programmzeitschriften *Hörzu*, *Funkuhr*, *TV Neu* und *Bildwoche* bedient. «Die neue Struktur gewährleistet einen optimalen Workflow, sichert die journalistische Qualität und schafft die wirtschaftlichen Voraussetzungen für eine dauerhafte Profitabilität im Programmzeitschriftenbereich», begründet Verlagsgeschäftsführer Jochen Beckmann den Zusammenschluss.

Fraglich ist, ob hinter der Portfolio-berreinigung bei Ringier möglicherweise mehr stecken könnte. Eben hat Ringier die 43 000 Abonnenten der eingestellten Wirtschaftszeitung *Cash* an Springer verkauft. In Branchenkreisen kursieren schon seit Wochen Gerüchte, dass Springer und Ringier über eine gesellschaftsrechtliche Verflechtung nachdenken. Die Nahrung für diese Spekulationen lieferte der Verleger Michael Ringier selbst. Danach betonte er jüngst vor Journalisten, dass zwar ein Verkauf des Verlags für keinen der Aktionäre in Frage käme. «Eine Fusion schliesse ich hingegen nicht aus», sagte Ringier. Hintergrund der Äusserungen ist, dass der Verleger offenbar mit seinen 58 Jahren auf der Suche nach einem strategischen Partner ist, weil sich eine Nachfolge innerhalb der Familie nicht abzeichnet. Ob Springer dabei sein Wunschkandidat ist, bleibt unklar. Sprecher von Ringier und Springer wollen sich auf Anfrage zu den Marktspekulationen nicht äussern.

Doch die Berliner und Ringier könnten gut zusammenpassen. Denn die beiden Verlagshäuser verbindet bereits seit Jahren eine tiefe Freundschaft. Dabei liefert die Historie ein Beispiel: Als der Münchener Medienmogul Leo Kirch wegen des Firmenzusammenbruchs seine Springer-Beteiligung abgeben musste, hatte sich die Verlegerwitwe Friede Springer 2002 an Ringier gewandt. Sie war offenbar bereit, mit den Schweizern zu fu-

sionieren, bevor unliebsame Konkurrenten wie der Essener WAZ-Konzern den Kirch-Anteil schlucken. Bis heute sind Ringier und Springer zudem indirekt im TV-Geschäft weiterhin verbandelt. So sind die Schweizer und der zum Pro Sieben Sat 1 gehörende Sender Sat 1 mit jeweils 50 Prozent an der Sat 1 Schweiz AG beteiligt.

### Fusionsgerüchte mit Ringier

Angeheizt werden die neuen Fusionsgerüchte zwischen Ringier und Springer durch den jüngst verkündeten Zusammenschluss des Schweizer Tamedia-Verlags mit der Espace-Media-Gruppe. Er zeigt, dass der Konzentrationsprozess in der Schweizer Medienlandschaft deutlich voranschreitet. Denn durch die Verschmelzung rückt Tamedia mit einem Umsatz von rund einer Mrd. Schweizer Franken hinter dem Ringier-Verlag zum zweitgrössten Verlagshaus in der Schweiz auf. Vor allem Springer muss deshalb in der Schweiz etwas tun, um im Konzert der hiesigen Verlagshäuser nicht unterzugehen. Dass Springer bereits auf der Suche nach einem Partner ist, lassen zudem Äusserungen von Espace-Verwaltungsratschef Graffenried vermuten. Denn nach Angaben des Managers wurden für eine Fusion Optionen mit mehreren Partnern geprüft – darunter auch dem Berliner Printkonzern. «Eine denkbare Variante wäre auch Springer gewesen», erklärte er gegenüber Journalisten anlässlich der geplanten Fusion.

Dass Springer seine Fühler stärker ins deutschsprachige Ausland ausstreckt, ist verständlich, denn in Deutschland stösst Springer an seine Wachstumsgrenzen. Dort kann das Printheus aus kartellrechtlichen Gründen keine grossen Übernahmen stemmen. In der Schweiz hingegen, wo der Konzern mit einem geschätzten Umsatzvolumen von 120 Mio. Euro noch ein relativ kleines Medienhaus ist, kann der Berliner Konzern seine Markt-

position lediglich durch Zukäufe rasch ausbauen. Davon ist auch Karl Lüönd, ehemaliger Leiter des Medieninstituts der Schweizer Verleger, überzeugt. «Die deutschen Verleger sind ganz scharf auf Engagements in der Schweiz, weil sie hierzulande keine so grossen kartellrechtlichen Probleme haben wie in Deutschland», meint der Schweizer Medienexperte.

Ähnliche Töne schlägt auch Ulli Custer an, Medienexperte und ehemaliger Chefredakteur des Media Trend Journals. «Ich halte es für sehr wahrscheinlich, dass es in der Schweiz zu einer Form von Springier kommt», meint der Medienexperte. Auch Urs Rueb, Chef der Schweizer Agentur Mediaplus, vermutet, dass sich Ringier mittelfristig stärker an Springer annähert, auch wenn es zu keiner gesellschaftsrechtlichen Verflechtung kommen muss: «Wenn eine Kooperation zustande kommt, dann auf breiter Basis», meint der Manager.

### Interessante Druckaufträge

Denn für Springer könnte Ringier auch wegen seiner Tiefdruckkapazitäten interessant sein. So leidet der Schweizer Grossverlag unter dem scharfen Preisverfall auf dem Tiefdruckmarkt, da die Auflagen der Magazine kräftig zurückgehen. Springer hingegen verfügt mit seiner Beteiligung an Prinovis über einen Druckkonzern, der in Europa noch seine Fühler ausstrecken will. Mit im Boot sitzt dabei auch der milliardenschwere Gütersloher Medienkonzern Bertelsmann, der ebenfalls an Prinovis beteiligt ist. Dass Springer in der Schweiz möglicherweise zu grösseren Dimensionen strebt, beweisen auch die jüngsten gesellschaftsrechtlichen Veränderungen. So verschmolz der Berliner Medienkonzern vor kurzem die Verlagsgruppe Handelszeitung mit der Jean Frey Gruppe. Ob die beiden Gesellschaften unter ein neues Markendach schlüpfen, ist unklar. Ein Sprecher

des Springer-Verlags: «Es ist noch offen, wie die Fusion markentechnisch gestaltet wird.»

Auch auf dem Online-Sektor könnten sich Springer und Ringier ergänzen. Derzeit treibt Springer zwar noch im Alleingang seine Digitalisierungsinitiative auf dem schweizerischen Markt massiv voran. Um den Konzern auf den internationalen Märkten weiter auf das Online-Zeitalter vorzubereiten, benötigt er aber viel Geld. Sitzt hingegen bei Springer ein heimischer Partner im Boot, könnte der Verlag den Aufbau beschleunigen und zudem seine Kapitalmittel schonen. Denn erst vor kurzem stieg Springer über die Verlagsgruppe Handelszeitung (Handelszeitung, Stocks, TV Digital) bei der in Zürich ansässigen Amiado AG ein. Die Gesellschaft betreibt unter anderem mit students.ch das grösste Schweizer Online-Portal für Studenten sowie mit Portal FriendZ.ch das führende Schülerportal. In Deutschland hatte sich der Springer Verlag vergeblich bemüht, das Studentenportal StudiVZ zu erwerben. Am Ende erhielt die Stuttgarter Verlagsgruppe Holtzbrinck den Zuschlag – allerdings zu einem überbeurten Preis von mehr als 85 Mio. Euro.

Spekuliert werden darf auch darüber, ob sich Springer mittelfristig nicht die ehemals zur Jean-Frey-Gruppe gehörende Weltwoche greift. In Branchenkreisen wird vermutet, dass das Blatt bei dem ehemaligen Welt-Chefredakteur Roger Köppel und Springer-Freund lediglich geparkt wurde, um es zu einem späteren Zeitpunkt zu erwerben. Doch der Springer-Verlag wiegelt auf Anfrage ab. »Die Weltwoche war nie Gegenstand der Verkaufsgespräche. Im Übrigen ist sie, da defizitär, zwar ein publizistisch attraktives Produkt, jedoch nicht wirtschaftlich«, sagt ein Springer-Sprecher. Springer hätte die Jean-Frey-Gruppe Anfang 2007 mehrheitlich übernommen, während die Weltwoche zuvor ausgegliedert wurde. So hatte bereits im November 2006 Köppel zunächst 60 Prozent der neuen Weltwoche Verlags AG erworben, kurz darauf übernahm er sie ganz. Gerüchte, dass Vorstandschef Döpfner oder der Springer-Konzern an der Weltwoche in irgendeiner Form beteiligt sind, weist ein Firmensprecher auf Anfrage energisch zurück: «Dr. Döpfner war nicht und ist nicht an der Weltwoche beteiligt. Dies gilt auch für den Springer-Verlag. ◀

Gregory Lipinski ist Journalist mit Schwerpunkt Medienwirtschaft in Hamburg.