



Ein Spielzeugfabrikant hat eine Barbie zu Ehren von Bertelsmann-Matriarchin Liz Mohn entworfen. Was Ken wohl dazu sagt? DPA/KARMANN

Bis die Bude einstürzt

Neue Folgen von „Hilfe, mein Urlaub geht baden!“

Von Peer Schader

Wenn der Pool vor dem Ferienhotel direkt in die Baggerauffahrt mündet, wenn sich die im Katalog versprochene „Strandnähe“ als Tagesausflug entpuppt und wenn das Büfett so aussieht, als könne es jederzeit aus eigener Kraft weglaufen – dann haben Sie wieder einen viel zu billigen Pauschalurlaub gebucht. Oder einfach Pech. In beiden Fällen ist der Urlaub im Eimer. Es sei denn, Mikka Bender ist in der Nähe. Der ehemalige Chef des Vox-Reisemagazins „Wolkenlos“ gehört zu den wenigen Experten im deutschen Fernsehen, auf die man sich wirklich verlassen kann. Weil er sich zuerst darum kümmert, reingelegten Touristen in Verhandlung mit der Reiseleitung die verkorksten Ferien zu retten. Und nicht darum, ein Spektakel für die Kamera zu inszenieren.

Dass es in Benders Sendung „Hilfe, mein Urlaub geht baden!“ trotzdem manchmal ganz schön ruppig zugeht, liegt daran, dass Urlaubsgesellschaften es oft gar nicht einsehen, von ihren Gewinnmargen abzurücken, um der Kundschaft die versprochene Entspannung zu liefern. Dann rückt Bender an und macht Stress.

„Hilfe, mein Urlaub geht baden!“ funktioniert auch deshalb so gut, weil man erst mit den Urlaubern mitleidet und sich dann umso mehr darüber freut, wenn der Reiseveranstalter Besserung geloben muss – auch wenn die nur bis zum nächsten Problemfall reicht. Nebenbei entlarvt Vox die Mechanismen der Reisebranche. In diesem Jahr spendiert der Sender seiner Reisereihe endlich einen halbwegs vernünftigen Sendeplatz, nämlich sonntags um 18.15 Uhr. Dann kann sich die ganze Familie ansehen, um welche Hotels sie im Sommer einen großen Bogen machen sollte. Besser ist's, um nicht auf das günstigste Angebot reinzufallen.

Hilfe, mein Urlaub geht baden!, sonntags um 18.15 Uhr bei Vox.



Mikka Bender weiß, was beim Reisen schiefgehen kann. vox

TOP 10

Mittwoch, 6. Februar

1. Frk. - D'land	ARD	9,22	30%
2. Tagesthemen	ARD	7,83	25%
3. Der Kommissar ...	ZDF	6,37	19%
4. Soko Wismar	ZDF	4,30	21%
5. Tagesschau	ARD	4,24	13%
6. RTL Aktuell	RTL	4,12	17%
7. Die 10 ungläubl.	RTL	4,02	12%
8. Der Bachelor	RTL	4,02	12%
9. heute	ZDF	3,98	15%
10. GZSZ	RTL	3,82	13%

Zuschauer in Mio/Marktanteil in %

Von Bertelsmann lernen

Ein Selbstgespräch über die Pläne des größten deutschen Medienkonzerns

Dieses Interview ist ungewöhnlich. Eigentlich wollten wir Thomas Rabe, den Vorstandsvorsitzenden von Bertelsmann, zu seinen Plänen befragen, das Medienunternehmen umzubauen. Vor einer Woche hatte Rabe angekündigt, Teile von RTL womöglich verkaufen zu wollen. Dabei ging Rabe einen neuen Weg der Kommunikation, indem er der Pressemitteilung ein Interview beifügen ließ, das seine eigenen Mitarbeiter mit ihm geführt haben. Ähnlich war er bereits vor Monaten mit einem Video-Interview verfahren, das eine Mitarbeiterin führte. Unser Autor Thomas Schuler nimmt sich daran ein Beispiel und führt ein Selbstgespräch über Rabes Strategie.

Herr Schuler, was hat Thomas Rabe vor?

Puuh, gute Frage. Wenn ich das wüsste. Oder anders gesagt: Wenn er das selbst wüsste.

Geht's bitte etwas genauer?

Rabes Problem besteht darin, dass er gerne zwei Milliarden Euro in Zukäufe im Bereich Bildung investieren möchte. Aber ihm fehlt das Geld. Vor einem Jahr wollte er Bertelsmann deshalb an die Börse bringen und ließ dafür eigens die Rechtsform des Unternehmens ändern. Aber er scheiterte an der Eigentümerfamilie Mohn. Offenbar hatte er voreilig eine unreife Idee verkündet. Nun will er die zwei Milliarden Euro durch den teilweisen Verkauf seines größten Gewinnbringers RTL Group Erlösen. In dem Interview mit sich betonte er, dass Bertelsmann weiter zu RTL stehe und eine Mehrheit von 75 Prozent behalten möchte. Immer wieder betont er, dass das kein Widerspruch zu früheren Ankündigungen sei. Könnten Journalisten da nachfragen, würden sie ihn sicher zum Scheitern seiner Ankündigung

ZUR PERSON

Thomas Schuler ist ein langjähriger Kenner von Bertelsmann, der zwei Bücher über den Konzern und seine Eigentümer – die Bertelsmann-Stiftung und die Familie Mohn – geschrieben hat.



PRIVAT

Für die FR berichtet Schuler regelmäßig über Entwicklungen im Bertelsmann-Konzern. Nach der Ankündigung, RTL denke über einen Verkauf von Anteilen der RT Group nach, bemühte er sich um ein Interview mit Bertelsmann-Chef Thomas Rabe. Vergeblich.

Bertelsmann ist Deutschlands größter Medienkonzern. Ihm gehören unter anderem die RTL Group, Gruner+Jahr und der Verlag Random House.

vor einem Jahr befragen. Aber das lässt der Konzern nicht zu.

Ist Bertelsmann denn mit dieser PR-Strategie erfolgreich?

So ein Angebot ist verlockend, gerade für Medien im Internet. Der Mediendienst Meedia hat das Interview veröffentlicht. Zwar hat Meedia darauf hingewiesen, dass es aus dem Intranet von Bertelsmann stamme. Journalistisch ist das in Ordnung. Aber diesen Hinweis überliest man leicht.

Ist das nicht besser, als wenn Rabe nichts sagen würde?

Wir Journalisten sind gefräßig. Wir haben nie genug. Je weniger Zeit wir haben und je mehr Material wir bekommen, desto weniger denken und fragen wir nach. Wir werden träge und unkritisch. Die PR-Leute bei Bertelsmann kennen uns und unsere Schwächen gut. Würde Rabe nichts sagen, dann würden wir spekulieren, seine

Pläne hinterfragen und andere Insider befragen. So aber füllen wir den Platz mit den Antworten, die er uns geben will. Er behält die Kontrolle. Hier ist das Übel, das wir Journalisten seit Jahren bei der Autorisierung beklagen, auf die Spitze getrieben.

Aber Sie könnten doch Nachfragen stellen.

Können wir eben nicht. Wenn wir es versuchen, dann verweisen seine Pressesprecher darauf, dass er alle Antworten schon gegeben habe. Wenn Journalisten seine Aussagen verwenden, dann weisen sie zwar darauf hin, dass das Interview im Intranet von Bertelsmann veröffentlicht wurde. Aber weiß jeder, was das bedeutet? In den wenigsten Fällen findet sich ausdrücklich der Hinweis, dass Mitarbeiter seiner Pressestelle sich von ihm diese Antworten diktieren lassen. Schon die Bezeichnung Interview führt in die Irre.

Kann man das dem Vorstandschef Rabe vorwerfen?

Wenn wir nicht nachhaken, dann ist das natürlich unser Problem. Der Mangel an Zeit und die Entwicklung spielen hier für Bertelsmann. Sprechen wir einfach von einer Entwicklung, die Gefahren birgt. Das hier ist sozusagen die Packungsbeilage mit dem Hinweis auf sehr beabsichtigte Nebenwirkungen.

Haben Sie denn andernorts recherchiert?

Wir können uns ruhig duzen. Wir sind ja unter uns. Ich habe versucht, in Hintergrundgesprächen mit Mitarbeitern von Bertelsmann herauszufinden, was sie davon halten. Sie bezeichnen die Strategie des RTL-Verkaufs als nachvollziehbar. Allerdings bezweifeln sie, ob ein Verkauf von Gruner+Jahr-Zeitschriften in Spanien, wie im Manager Maga-

zin kolportiert, angesichts der maroden Wirtschaftslage viel bringen würde. Sie halten für möglich, dass diesen Spekulationen lediglich ein Gedankenspiel im Aufsichtsrat von Bertelsmann zugrunde liegt. Von Gruner+Jahr in Hamburg habe ich jedenfalls nichts dergleichen gehört oder bestätigt bekommen.

Klingt kompliziert. Was hat Gruner+Jahr mit dem Ganzen zu tun?

Naja, Bertelsmann hält fast drei Viertel der Anteile und hat dort das Sagen. Möglich, dass Bertelsmann profitable G+J-Beteiligungen in Frankreich verkaufen möchte – das will aber G+J nicht. Falls das zutrifft, wird es interessant, weil G+J seit Kurzem keine Stimme im Vorstand von Bertelsmann mehr hat. Klar ist auch, dass Rabe, falls er RTL-Anteile verkauft, das Wachstum aller neuen Investitionen am Wert dieser Anteile messen lassen muss. Wenn die Zukäufe weniger Gewinn bringen als die RTL Group, wird ihm das immer wieder vorgehalten werden.

Hast du ein Interview mit Rabe angefragt?

Ja, Rabes Sprecher schrieb: „Vielen Dank für Ihre Anfrage. Herr Rabe gibt derzeit keine Interviews.“ Zur Konzernstrategie äußere sich Rabe in der Bilanzpressekonferenz am 26. März. Ich nehme an, dass er dann einen Teilverkauf von RTL und einen neuen Zukauf aus dem Bildungsbereich vermelden möchte, um nicht weiter als Manager der ewigen Ankündigungen beschrieben zu werden. Vermutlich befragen seine Mitarbeiter ihren Konzernchef dann wieder selbst. Und Journalisten werden dankbar zugreifen. Kostet ja nichts.

Die Fragen stellte sich Thomas Schuler.