

# „Öffentliche missbrauchen ihren Programmauftrag“

Investor Georg Kofler zieht sich aus der „Höhle der Löwen“ zurück und muss sein Unternehmen transformieren. Kritik übt der ehemalige ProSieben-Chef an den öffentlich-rechtlichen Sendern.

MARCO RIEBLER

**SALZBURG.** Medienmanager und Unternehmer Georg Kofler gastierte beim Salzburger Wirtschaftsforum. Ein Gespräch über seine Rolle als Investor, Krisenmanager und die Aufgabe der Öffentlich-Rechtlichen.

**SN: Sie ziehen sich als Investor aus der TV-Show „Die Höhle der Löwen“ zurück. Reizt Sie das Format nicht mehr?**

**Georg Kofler:** Das hat einen anderen Grund. Ich habe mit meiner Gesellschaft, der Social Chain AG, das Unternehmen von Ralf Dümmel, die DS-Gruppe, erworben. Diese verwaltet die Beteiligungen, die in der Sendung entstehen. Es können nicht zwei Investoren einer Firma in der „Höhle der Löwen“ sitzen. Ralf Dümmel ist mit Abstand der beliebteste Löwe und hat daher Vorrang.

**SN: Entstehen in dieser Sendung wirklich relevante Deals oder dient das nur der Unterhaltung?**

Ich glaube, dass Start-up-Shows immer eine Inspirationsquelle für andere Unternehmen sein können. Der Unterhaltungswert ist wichtig und legitim. Wir haben erfolgreiche Innovationen durch die Sendung auf den Markt gebracht und Millionseller kreiert. Es gibt aber auch viele Produkte, die am Tag der Ausstrahlung ein kleines Strohfeuer entzünden und nach acht Wochen ist der vermeintliche Stern wieder verglüht. Es ist wie bei so vielen Investments: Einige Treffer müssen die gescheiterten Investitionen finanzieren.

**SN: Gibt es ein Geheimnis für den Erfolg der Show?**

Es ist alles echt, was da passiert. Reale Unternehmer investieren ihr eigenes Geld, deshalb spreche ich nicht gerne von Juroren. Wir sind Investoren. Die Gefühle der Kandidatinnen und Kandidaten sind nicht gespielt. Die Tränen und die Freudenstrünge sind wahrhaftig.

**SN: Sie haben die Social Chain AG bereits erwähnt. Können Sie das Geschäftsmodell des**



Georg Kofler verlässt die Vox-TV-Show „Die Höhle der Löwen“.

**Zur Person:**

Georg Kofler (66) ist Unternehmer und Medienmanager. Der gebürtige Südtiroler war Referent des langjährigen ORF-Chefs Gerd Bacher, stand der ProSieben Media AG und der Pay-TV-Firma Premiere vor. Er ist Hauptaktionär und Vorstand der Social Chain AG.

**Unternehmens kurz charakterisieren?**

Wir entwickeln und vermarkten innovative Trendprodukte für den Massenmarkt. Nicht wie Gucci und Prada. Unsere Produkte sollen Alltagsprobleme lösen. Das kann ein günstiger, leistungsstarker Staubsauger sein, ein Produkt zum Energiesparen oder ein Moskitonetz.

**SN: Die Trendanalyse basiert auf Social-Media-Daten. Funktioniert das?**

Wir hören, wo die Trends sind, und haben mit Social Listening und Social-Media-Marketing gute Erfahrungen gemacht. Ohne diese Werkzeuge geht es heute nicht mehr.

**SN: Sie wechselten kürzlich vom Aufsichtsrat in den Vorstand. Der Aktienkurs ist im Keller – treten Sie nun die Rettungsmission an?**

Ich möchte nicht verhehlen, dass das Unternehmen in den vergangenen zwölf Monaten in einer schwierigen Lage war. Der Rückgang der Konsumausgaben hat uns im Onlinehandel und im stationären Handel schwer getroffen. Wir haben Verluste erwirtschaftet und mit den Ergebnissen können wir keinesfalls zufrieden sein.

**SN: Wie soll die Social Chain AG 2024 aufgestellt sein?**

Vieles kann ich aus aktienrechtlichen Gründen nicht sagen. Wir möchten wieder auf einen nachhaltigen und profitablen Wachstumspfad kommen. Wir werden uns weiter von Umsätzen und Gesellschaften trennen, die nicht profitabel sind. Gewinn vor Umsatz ist das Ziel, auch wenn ich auf Wachstumschancen verzichten muss.

**SN: Brechen die Umsätze im Onlinehandel nach Rekorden in der Pandemie generell ein?**

Insgesamt ist die Konsumwirtschaft in einer Lage, die mit einer Rezession vergleichbar ist. Viele Leute haben inflationsbedingt weniger Geld zur Verfügung und leisten sich nicht lebensnotwendige Dinge einfach nicht.

**SN: Sie haben die Sender ProSieben und den Pay-TV-Kanal Premiere einst an die Börse geführt. Hat Fernsehen Zukunft?**

Es gab noch nie eine Zeit, in der das Mediennutzungsverhalten zwischen der älteren Generation und der jüngeren Generation so unterschiedlich war. Für die über 60-Jährigen wird Fernsehen weiterhin relevant sein. Bei den Jüngeren stehen Streaming, TikTok und YouTube im Vordergrund. Zukunftsmärkte werden sich nicht im linearen Fernsehen entwickeln.

**SN: Wo liegen die Herausforderungen bei den Streamingdienstleistern?**

Es müssen ständig neue attraktive Programme gestaltet werden, die Abos sind nämlich monatlich kündbar und es gilt, die Menschen zu halten. Die Markteintrittskosten sind enorm. Das funktioniert nur, wenn global agiert wird, wie bei Netflix und Disney.

**SN: Und wie sehen Sie die Zukunft der öffentlich-rechtlichen TV-Anstalten?**

Wenn sich diese durch Zwangsgebühren so reichhaltig ernähren, wird es sie weiterhin geben. Öffentlich-Rechtliche missbrauchen ihren Programmauftrag, um Verdrängungswettbewerb gegenüber privaten Medienunternehmen auszuüben und ihre Marktmacht zu behalten. Vor allem in Deutschland ist das System überdimensioniert.

**SN: Wo sollte der Programmauftrag liegen?**

Es müssen Inhalte ausgestrahlt werden, die durch den Massenmarkt nicht finanziert werden können. Das sind die hochstehende Kultur, die Information und die Dokumentation. So etwas wie 3sat – das ist öffentlich-rechtliches Fernsehen. Aber keine „Sportschau“ in der ARD oder Musikshows. All das muss man den Privaten lassen.

## Dank Implantat kann Mann trotz Lähmung gehen

Querschnittgelähmter kann „digitale Brücke“ mit den Gedanken steuern.

**LAUSANNE.** Ein Querschnittgelähmter kann dank eines Implantats aus Lausanne wieder gehen. Die Bewegungen kann er dabei mit seinen Gedanken steuern. Den Nachweis publizierte das Forschungsteam am Mittwoch im Fachblatt „Nature“. Die Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen der Eidgenössischen Technischen Hochschule Lausanne (EPFL) und des Universitätsspitals Lausanne (Chuv) implantierten dem heute 40-jährigen Probanden dafür zwei verschiedene Systeme. Einerseits zwei Implantate in die Schädeldecke, andererseits Elektroden in das Rückenmark.

Grégoire Courtine von der EPFL und seine Kollegen testeten die neuen Implantate bisher an einem Patienten: Seit einem Radunfall vor zwölf Jahren sind die Beine des Niederländers gelähmt. Dank der Implantate kann er mithilfe eines Rollators oder Krücken nun wieder eingeschränkt, aber eigenständig stehen, gehen und Treppen steigen. Er könne etwa 200 Meter gehen, dann ermüde er, sagt der Mann; stehen könne er zwei bis drei Minuten, ohne die Hände zu brauchen. SN, APA

## KURZ GEMELDET

### Berlusconi TV-Konzern mit kräftigem Gewinn

**MAILAND.** Der italienische Medienkonzern MFE – MediaForEurope des Ex-Premiers Silvio Berlusconi und seiner Familie hat im ersten Quartal 2023 ein kräftiges Gewinnplus erzielt. Das börsennotierte Unternehmen, Hauptaktionär der TV-Gruppe ProSiebenSat.1, vervierfachte den Überschuss gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 2,7 auf 10,1 Millionen Euro. Der Umsatz betrug 635,9 Millionen, was einem Rückgang von einem Prozent entspricht.

Ebenso am Mittwoch wurde bekannt, dass MFE einen Platz im Aufsichtsrat von ProSiebenSat.1 bekommt. Die Medienmanagerin Katharina Behrends, die seit 2022 als Statthalterin von MFE für Deutschland, Österreich und die Schweiz in München fungiert, soll auf der Hauptversammlung am 30. Juni in das Gremium einziehen. SN, APA

## Nachfolgerin für Anne Will gefunden?

**HAMBURG.** „Tagesthemen“-Moderatorin Caren Miosga ist eine der bekanntesten TV-Journalistinnen Deutschlands. Nun könnte die Karriere der 54-Jährigen einen weiteren kräftigen Schub bekommen: Miosga ist im Gespräch als Nachfolgerin von ARD-Politalkerin Anne Will. Dies bestätigte der federführende Norddeutsche Rundfunk der Deutschen Presse-Agentur. Der Politalk sonntagabends in der ARD ist einer der prominentesten Sendeplätze im deutschen Fernsehen. Bis Jahresende noch wird Anne Will (57) durch die derzeit gleichnamige Sendung führen. Im Jänner war bekannt geworden, dass sie danach aufhören will. SN, dpa

## Netflix bittet Schnorrer zur Kassa

Wer nicht im selben Haushalt wohnt, muss auf Netflix künftig extra zahlen. Das wird wohl auch die Dunkelziffer an heimlichen Mitsehern offenbaren.

Nach langem Drohen macht Netflix Ernst: In absehbarer Zeit wird das Teilen von Konten kostenpflichtig. Alle, die nicht im Haushalt des Kontoinhabers wohnen, werden zur Kassa gebeten – mit immerhin 4,99 Euro pro Monat.

Die neue Regelung dürfte heimliche Mitseher entlarven und möglicherweise den einen oder anderen Familienkrieg vom Zaun brechen. Die Aufregung wird groß sein. Nicht beim Kontoinhaber, sondern bei seinem Schnorrer, der das Passwort irgendwann vom Cousin des besten Freundes bekommen hat, um sich wirklich nur den einen einzigen Film anzusehen, den es sonst nirgends zu streamen gab. Dass er sich seither alle elf Staffeln von „Modern Fa-

mily“ reingezogen hat, fällt dem Kontoinhaber nur auf, wenn er selbst nicht mehr in den Account kommt – weil zu viele Nutzer online sind. Tja, Pech gehabt!

Netflix-Schnorrer ist eines der lästigsten Kavaliersdelikte unserer Zeit. Egal wie viele zahlende Nutzer sich an einem Zugang beteiligen – es sind mindestens genauso viele stille „Mitseher“, die sich geschickt von einem Profil zum anderen hanteln und keinem so wirklich auffallen. Darknet in der Streamingwelt, quasi.

Netflix kennt das Problem freilich schon seit Beginn. Der Streamingriese schätzt, dass auf rund 230 Millionen zahlende Kunden 100 Millionen Haushalte kommen, die ihre Filmabende mit Zugangs-

daten von anderen veranstalten. Bislang konnten sich Kontoinhaber gegen die ungebetenen Gäste nur mit ständigem Passwortwechsel wehren – was dem Teenagersohn einer Kollegin so gar nicht geschmeckt hat: Seine Freunde waren lange gut versorgt mit ihren Lieblingsserien, doch sie haben die Rechnung ohne die dreiste Mama gemacht. Oder aber man hat Glück und begegnet seinem Lieblingsschnorrer zufällig bei einer Party von gemeinsamen Freunden. „Ach, du bist also der Christoph, der seit fünf Jahren dauernd ‚Downton Abbey‘ anschaut?“ Der Gesichtsausdruck des Ertappten ist unbezahlbar.

KATHARINA.MAIER@SN.AT

**STANDPUNKT**  
Katharina Maier

