

Gespaltener Markt

München – Die Allianz Unabhängiger Dienstleister sorgt für Aufregung in der Branche. Sie wirft einen kritischen Blick auf öffentlich-rechtliche Firmenverbände und nimmt besonders die Bavaria-Tochter Cine-Mobil aufs Korn.

Sieben Tonnen Filmequipment bewegen die Mitarbeiter des Rentalunternehmens MBF Filmtechnik in Hamburg jeden Tag. Das klingt viel, und trotzdem klagt GF Martin Bentlage über eine zunehmend schwierige Marktsituation. Die Investitionszyklen für die neueste Technik werden immer kürzer, die Budgets der Produktionsfirmen immer schmaler. Gleichzeitig, so Bentlage, gingen Aufträge im Fernsehbereich dramatisch zurück, während vor allem eine Firma, Cine-Mobil, überproportional expandiere.

Tatsächlich hat sich die Bavaria-Tochter in den vergangenen Jahren an verschiedenen Standorten durch Asset-Deals verstärkt, nach der Bufa zuletzt mit der Filmtechnik von Studio Hamburg. „Eine hinreichende Größe ist heutzutage im Rentalbereich notwendig, um überhaupt konkurrenzfähig zu sein“, sagt Martin Moll, GF der Bavaria Studio & Production Services, zu der Cine-Mobil seit 2005 gehört. „Die Kunden verlangen von uns, dass wir sie an mehreren Standorten bedienen können.“

Diese Konzentration beeinträchtigt nicht nur die Vielfalt am Markt, sondern sei auch nur möglich, weil Cine-Mobil in die Strukturen der Bavaria eingebunden sei und beide wieder-

„Aufträge im TV-Bereich gehen dramatisch zurück“

rum als Tochter- und Enkelfirma auch in die der öffentlich-rechtlichen Sender, kritisiert die neu gegründete Allianz Unabhängiger Filmdienstleister (AUF). Sieben Rentalfirmen haben den Verband gegründet, darunter Ludwig Kameraverleih und MBF. „Es kann auf keinen Fall unser Interesse sein, dass noch mehr Filmdienstleister vom Markt verschwinden“, sagt Martin Ludwig, der den Vorsitz über die Allianz übernommen hat. Die AUF befürchtet, dass monopolartige Strukturen entstehen könnten, und wirft Cine-Mobil Preisdumping vor. Unter etlichen Produk-

onsleitern kursieren Berichte, wie Cine-Mobil versuche, die Konkurrenz zu unterbieten. Von einer Monopolstellung sei die Cine-Mobil weit entfernt, entgegnet Moll. Ihr Marktanteil mache, gemessen am gesamten deutschen Rentalmarkt von 150 Mio. Euro, den die aktuelle Dienstleisterstudie des VTFF ausgerechnet habe, nicht einmal zehn Prozent aus. „Dass Preise unterboten werden“, sagt er, „ist ein Phänomen, das für den gesamten Dienstleistungsbereich gilt. Auch wir werden in allen Bereichen unterboten. Durch die Überkapazität am Markt kann der Kunde sich den vermeintlich besten Preis unter Berücksichti-

gung der Dienstleistungsqualität und der Technik aussuchen.“ Doch bei einem dauerhaft zu niedrigen Preis wird ein Unternehmen irgendwann unweigerlich Verluste schreiben. „Bei einer Firma wie Cine-Mobil“, befürchtet Ludwig, „könnte es einen Ausgleich durch die Mutterfirma Bavaria oder deren Gesellschafter ARD und ZDF geben. Das bewerten wir als unrechtmäßige Querfinanzierung.“

Naturgemäß biete die Einbindung in ein größeres mittelständisches Unternehmen etwa bei Krediten Vorteile, sagt Moll und betont: „Bavaria und Cine-Mobil sind privatwirtschaftlich agierende Unternehmen. Eine finanzwirtschaftliche Verbindung zu den Gesellschaftern gibt es nicht. Außerdem sind wir Kontrollen unterworfen, die unsere Marktkonformität überprüfen, gerade um marktwirtschaftliche Verzerrungen, wie sie die AUF vermutet, auszuschließen.“

Das Problemfeld rund um die öffentlich-rechtlichen Sender und ihre Tochter-Kon-



Laut Martin Moll, ist die in der Kritik stehende Cine-Mobil weit von einer Monopolstellung entfernt – und werde selbst regelmäßig unterboten

glomerate ist ein schwieriges Feld. Die Überprüfung der Geldflüsse ist auch für die Rechnungshöfe ein kompliziertes Thema, wenn etwa Verluste der Töchter die Gewinne der Sender schmälern und so den Finanzbedarf der Sender erhöhen. So sieht die AUF auch bei Studio Hamburg die Gefahr einer Quersubventionierung. Dort hat gerade NDR Media, eine Tochter des NDR, jene Verluste ausgeglichen, die durch den unrentablen Filmtechnikbereich vor dessen Verkauf an Cine-Mobil entstanden sind. Um einen fairen Wettbewerb zu ermöglichen, will die AUF nun untersuchen, ob eine kartellrechtliche Über-

prüfung infrage kommt. Den VTFF, den zuvor einzigen Verband der filmtechnischen Betriebe, erreichte die Nachricht von der AUF-Gründung mitten in einem Workshop, bei

Verlustrausgleich als unrechtmäßige Querfinanzierung?

dem man Strategien zum Umgang mit dem kontroversen Thema finden wollte. Der Vorstandsvorsitzende Christian Sommer fordert, bei den Produktionsfirmen verstärkt ein Bewusstsein dafür zu wecken, dass eine Expan-

sion der öffentlich-rechtlich gebundenen Firmen zu Lasten der Vielfalt und des Preises gehe, und damit letztendlich auch zu Lasten der Kreativität. „Man soll nicht an dem Kundenast sägen, auf dem die meisten Dienstleister sitzen.“ Die Motivation zur AUF-Gründung könne er nachvollziehen, sagt Sommer, aber er hoffe trotzdem auf einen gemeinsamen Weg der Mitglieder, zu denen unabhängige und öffentlich-rechtlich gebundene Dienstleister gehören. Bei der AUF steigt währenddessen die Mitgliederzahl. Ludwig ist überzeugt, dass seine Allianz dazu beitragen kann, wieder einen fairen Markt herzustellen. *hp*

Nachgefragt bei Martin Ludwig

„Wir müssen auf unsere Probleme hinweisen“

München – Martin Ludwig, Geschäftsführer des Ludwig Kameraverleihs, ist erster Vorsitzender des AUF.

Worum geht es Ihnen bei der Gründung der AUF?

Wir machen uns dort gerade mit einer kleinen Gruppe Gedanken, was wir tun können, um unabhängige mittelständische Firmen gegenüber den öffentlich-rechtlichen Dienstleistern ein wenig zu stärken. Wir blicken da vor allem auf die Bavaria mit ihren Töchtern D-Facto Motion und Cine-Mobil, aber auch auf Studio Hamburg mit Studio Berlin und andere Tochterfirmen.

Was stört Sie?

Ein Beispiel: Die Bavaria Production Services hat 2005 die Firma Cine-Mobil gekauft. Es folgten weitere Aufkäufe. Wir kommen bei unserer Hochrechnung auf ein Umsatzwachstum von 1400 Prozent in den letzten zehn Jahren. Darüber hinaus geht Cine-Mobil mit Preisen in den Markt, die jeder kalkulatorischen Grundlage entbehren, um sich Marktanteile zu sichern. Wenn eine öffentlich-rechtliche Tochterfirma dabei Verluste macht, werden die am Ende von ihrem Verbund ausgeglichen. Durch diese Strategie werden noch mehr Dienstleister vom Markt verschwinden. Am Ende besteht die Gefahr, dass wir von unseren Rundfunkbeiträgen das Wachstum unserer Konkurrenten bezahlen.

Gerade wurde auf EU-Ebene bestätigt, dass die öffentlich-rechtlichen Sender kommerzielle Töchter haben dürfen.

Das ist eine problematische Debatte. Lutz Marmor, Intendant des NDR und zurzeit ARD-Vorsitzender, weist zwar jede Quersubventionierung zurück, aber wer gleicht denn die Verluste der technischen Betriebe von Studio Hamburg aus? Diese betrug 2011 knapp 14 Mio. Euro; auch 2012 sieht es wohl nicht besser aus. Folgt man Gerhard Gößler, dem ehemaligen Vizepräsidenten des Rechnungshofs Baden-Württemberg, führt jeder Verlust einer Tochter- oder Enkelfirma zu geringeren Gewinnabführungen an die Mutterfirma. Durch diesen Einnahmeverlust kann der Gebührenbedarf eines Senders steigen. Bei den Firmen der Bavaria-Gruppe sind die Bilanzen nicht sehr transparent, aber hier kann man feststellen, dass 7,5 Mio. Euro als Darlehen bzw. als Eigenkapital in die Betriebe gesteckt wurden. Kein unabhängiges Unternehmen hat solche Möglichkeiten der Kapitalversorgung und zusätzlich ein gesichertes Auftragsvolumen aus den Produktionen der ebenfalls verbundenen Unternehmen. Einem Fremdinvestorenvergleich hält dies aus unserer Sicht nicht stand.



Sie beklagen also ein deutliches Ungleichgewicht?

Ja, das ist so. Für uns ist ganz klar: Wir müssen die freien unabhängigen, aber auch die öffentlich-rechtlich gebundenen Produzenten auf unsere Probleme hinweisen. Ziel unseres Verbands ist, die Situation zu überprüfen. Wir wollen die AUF als starke Einheit aufbauen, und wir brauchen finanzielle Mittel, um kartellrechtliche Prüfungen einzuleiten und gegebenenfalls eine Überprüfung durch die europäische Wettbewerbsbehörde zu veranlassen. Das geht nicht über Nacht. Aber es zeichnet die freien Dienstleister am Markt aus, dass sie dann doch einen langen Atem haben. *hp*