

ProSiebenSat.1 wird italienisch

Media for Europe übernimmt die zweitgrößte private deutsche TV-Gruppe

geschrieben von Helmut Hartung

Aktionäre und Vorstand von ProSiebenSat.1 hatten lange Zeit gegen eine Übernahme durch die Media for Europe-Holding (MFE) gekämpft. Bereits 2006 legte der frühere italienische Ministerpräsident und Eigentümer der Sendergruppe, Silvio Berlusconi, ein Kaufangebot für den deutschen TV-Sender vor, das jedoch abgelehnt wurde. 2019 ist das Unternehmen dann beim Münchner Fernsehanbieter eingestiegen und hat seitdem kontinuierlich seine Anteile aufgestockt. Am 6. August dieses Jahres empfahlen Vorstand und Aufsichtsrat von ProSiebenSat.1 den Shareholdern überraschend, das nachgebesserte Angebot anzunehmen. So war der Weg nach Deutschland für den Berlusconi-Konzern frei. Zwar ist MFE am 18. August mit einem weiteren Versuch, die Aktienmehrheit zu übernehmen, gescheitert, aber dann ging alles sehr schnell. Am 28. August hatte der tschechische Großaktionär PPF angekündigt, seinen Anteil von 15,68 Prozent am Unternehmen an MFE zu verkaufen. Damit hielt die italienische Holding bereits 43,6 Prozent der ProSiebenSat.1-Stimmrechte. Nur wenige Tage später waren 75,6 Prozent erreicht. Kartellrechtlich existieren keine Hürden für die Fusion. Bereits 2023 wurde der Europäischen Kommission und 2024 dem Bundeskartellamt eine mögliche Übernahme zur Prüfung angezeigt. Zu diesem Zeitpunkt hatte MFE einen Anteil von über 25 Prozent. Auch die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) hat keine Bedenken.

Die MFE-Holding ist bisher in Italien und Spanien erfolgreich

Die MFE – Media for Europe (bis Ende 2021 Mediaset S.p.A.) hat ihren Rechtssitz in Amsterdam und den Verwaltungssitz im italienischen Cologno Monzese bei Mailand. Das Unternehmen wird von der italienischen Holding Fininvest kontrolliert. Die Mediengruppe Mediaset wurde 1978 von Silvio Berlusconi als Tochtergesellschaft der Holding Fininvest gegründet und war die erste private Sendergruppe Italiens. Die Holding ist neben ihrem Gründungsland bereits in Spanien aktiv und will mit ProSiebenSat.1 eine europäische Rundfunk- und Mediengruppe aufbauen, die nach eigenen Angaben den Streaming-Riesen aus den USA Paroli bieten soll. In Italien ist die Media for Europe-Holding gemeinsam mit der staatlichen Sendergruppe Rai marktbeherrschend. Beide Unternehmen erreichten zusammen fast 75 Prozent der Zuschauer in diesem Land. In Spanien ist MFE Eigentümerin von »Telecinco«, dem größten Fernsehsender auf der Iberischen Halbinsel. Fachleute schätzen, dass die TV-Werbereinnahmen von MFE und ProSiebenSat.1 bei rund 3,6 Milliarden Euro liegen könnten. Das entspräche fast 25 Prozent des gesamten TV-Werbemarkts in den fünf wichtigsten europäischen Märkten.

Bewegte Geschichte von ProSiebenSat.1

Die ProSiebenSat.1 ist einer der größten Medienkonzerne in Deutschland. Im Jahr 2024 lag der Umsatz des Unternehmens bei rund 3,9 Milliarden Euro, und es konnte im selben Zeitraum einen geringen Konzernüberschuss von rund 51 Millionen Euro ausweisen. Die Gruppe vereint unter anderem die deutschen Free-TV-Fernsehsender ProSieben, Sat.1, Kabel Eins, Sixx, ProSieben Maxx, Sat.1 Gold und Kabel Eins Doku und die drei deutschen Bezahl-Fernsehsender ProSieben Fun, Sat.1 emotions und Kabel Eins Classics sowie die Streamingplattform Joyn unter einem Dach. Der TV-Marktanteil lag 2024 bei den Zuschauern ab drei Jahren bei 2,8 Prozent. In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 59-Jährigen erzielte die Gruppe einen Marktanteil von 20 Prozent. Der private Konkurrent RTL Group erreichte hier einen Marktanteil von 26,3 Prozent.

Die Geschichte des Medienhauses war bisher mehr als bewegt. Es entstand aus einem Zusammenschluss der ProSieben Media AG (ProSieben, Kabel 1 und N24) und der Sat.1 GmbH im

Januar 2000, die beide Leo Kirch gehörten. Nach dem Zusammenbruch des Kirch-Imperiums 2003 bekamen die Gläubiger die Kontrolle, zu denen auch der Axel Springer Verlag gehörte. Im Jahr 2005 wollte Axel Springer ProSiebenSat.1 für einen Kaufpreis von drei Milliarden Euro übernehmen. Das wurde jedoch sowohl vom Bundeskartellamt als auch von der KEK untersagt, und das Zeitungshaus verkaufte seine Aktien. Anschließend stieg der Finanzinvestor Permira und Kohlberg Kravis Roberts & Co. (KKR) bei der TV-Gruppe ein. 2013 veräußerte er seine Mehrheitsanteile wieder, und die Sendergruppe stieß, um die hohen Schulden zu begleichen, mehr ausländische Sender ab.

Der Name Berlusconi weckt negative Assoziationen

Der Name Berlusconi hat in der Politik und bei der Gewerkschaft zu negativen Reaktionen auf die mögliche Übernahme geführt. Der Gründer von MFE, Silvio Berlusconi, war politisch am rechten Rand aktiv. Während seiner Zeit als Ministerpräsident kam es häufig zu Interessenskollisionen zwischen dem Politiker Berlusconi einerseits und andererseits dem Medienmogul. Heute herrscht sein Sohn über das Familienunternehmen. Wie der Medienfachdienst DWDL schreibt, zeige dieser, anders als sein Vater, bislang keine politischen Ambitionen. »Im Gespräch mit DWDL.de bestätigen mehrere Kenner der Branche, dass Pier Silvio Berlusconi in erster Linie ein Unternehmer ist, der seine Sender weniger als politisches Sprachrohr versteht, sondern als Möglichkeit, um Geld zu verdienen. Pier Silvio Berlusconi und Media for Europe ging und geht es also vor allem ums Geld. Und die Vermutung liegt nahe, dass das auch bei der Übernahme von ProSiebenSat.1 so ist. MFE hat sich mit dieser Übernahme bekanntlich viel Zeit gelassen und wollte auch am Ende immer nur das absolute Minimum zahlen. Die Strategie ist aufgegangen: Man konnte ProSiebenSat.1 einigermaßen günstig erwerben und hat nun Zugriff auf einen der wichtigsten Werbemärkte in Europa.«

Sorgen um die Zukunft von ProSiebenSat.1

Dennoch sind kritische Fragen nach dem Programm und der wirtschaftlichen Zukunft des zweitgrößten deutschen privaten TV-Anbieters nicht von der Hand zu weisen. Die stellen auch die über 7.000 Mitarbeiter, die nach all den Erfahrungen verunsichert sind. Dazu hat auch eine Ankündigung des Vorstands beigetragen, dass nach der Fusion innerhalb von vier bis fünf Jahren jährlich »Kostensynergien in Höhe von rund 150 Millionen Euro realisiert werden könnten«. Die deutsche Sendergruppe ist hoch verschuldet und musste für 2024 zum dritten Mal in Folge ein sinkendes Betriebsergebnis bekannt geben. Bereits im Frühjahr hatte ProSiebenSat.1 wegen des zuletzt schwächelnden Geschäfts den Abbau von rund 430 Vollzeitstellen angekündigt. Den privaten Programmanbietern machen vor allem Rückgänge im Werbemarkt und hohe Investitionen im Wettbewerb mit Unternehmen wie Netflix und anderen Streamingdiensten zu schaffen.

Am 2. September sprach der Staatsminister für Kultur und Medien Wolfram Weimer mit Pier Silvio Berlusconi in Berlin. Weimer erklärte nach dem Gespräch: »Redaktionelle Unabhängigkeit ist von zentraler Bedeutung – sie darf nicht angetastet werden. Wir sind in diesem Punkt einer Meinung, und das ist eine gute Voraussetzung für ein gelingendes Engagement im deutschen Medienmarkt.« MFE machte in dem Treffen deutlich, dass der deutsche Markt ein zentraler Bestandteil der Konzernstrategie sein soll. Der Fokus liege auf Investitionen in die Produktion lokaler Inhalte und den Aufbau eines Medien- und Streaming-Plattformgeschäfts. München werde als bedeutender Standort für Inhalte, Innovation und Beschäftigung weiterentwickelt. Zudem bekräftigte MFE, Steuern dort zu entrichten, wo Sender betrieben und Inhalte produziert werden – und damit die fiskalische Wertschöpfung für das deutsche Geschäft im Land zu belassen. Weimer ergänzte: »Wer in Deutschland einen Sender betreibt und produziert, trägt Verantwortung – für Arbeitsplätze, für das Entrichten von Steuern und für unsere kreative Infrastruktur.«

Die Voraussetzungen für ein starkes europäisches Senderkonglomerat seien nicht schlecht, analysierte am 4. September die »Tagesschau«: »Mit ProSiebenSat.1 schluckt der MFE Deutschlands Nummer zwei bei den Privaten. Nur RTL ist unter den deutschen privaten Fernsehkonzernen noch einmal deutlich größer – und im europäischen Raum in mehr Ländern

unterwegs. Zudem gilt Deutschland trotz sinkender Umsätze als einer der lukrativsten Märkte beim Geschäft mit TV-Werbung. Und ProSiebenSat.1 ist nicht nur in Deutschland, sondern auch in Österreich und der Schweiz ein wichtiger Player. Beides sind zwar eher kleinere Märkte, aber solche, auf denen Media for Europe bisher nur über seine Beteiligung an ProSiebenSat.1 vertreten war.«

Dieser Text ist zuerst erschienen in [Politik & Kultur 10/2025](#).