

»Frauen müssen öfter den Kopf rausstrecken«

RTL-Chefin Anke Schäferkordt ist Managerin des Jahres



Anke Schäferkordt, in Lemgo geboren, ist seit April 2012 zusammen mit Guillaume de Posch Vorstandsvorsitzende der RTL Group in Luxemburg.

Luxemburg (WB). Heute kürt das Gütersloher Backunternehmen Mestemacher Anke Schäferkordt (51) zur Managerin des Jahres 2014. Mit der RTL-Chefin sprach Bernhard Hertlein vorab über Unterschiede in der Unternehmensführung und die Herausforderungen für das Fernsehen durch das Internet.

? Sie werden heute zur Managerin des Jahres gekürt. Herzlichen Glückwunsch! Was macht den Erfolg einer Managerin aus?
Anke Schäferkordt: Als Geschäftsführerin eines Unternehmens ist der wirtschaftliche Erfolg natürlich ein zentrales Thema. Dieser Erfolg sollte nachhaltig sein und damit den Unternehmenswert für die Gesellschafter steigern. Ein zweiter wichtiger Aspekt ist sicherlich das Thema Führung von Mitarbeitern und Teams.

? Unterscheiden sich die Faktoren von denen der Männer?
Schäferkordt: Ich denke, die Massstäbe zur Erfolgsmessung sind identisch – und da sollte es auch keine Unterschiede geben. Managerinnen haben aber immer noch ein anderes Bild in der Gesellschaft. Konkret: Um als Kandidatin wahrgenommen zu werden, müssen sie im Zweifelsfall als Frau mehr leisten. Den Kopf rausstrecken und zeigen: Ich kann das.

? Sie wurden zu Beginn, als sie die Führung von RTL Deutschland übernommen hatten, als ausgesprochen »harte« Managerin bezeichnet. Hat Sie das getroffen?
Schäferkordt: Jeder, der in jungen Jahren eine Führungsposition annimmt, muss sich früh mit öffentlicher Kritik auseinandersetzen. Damals hat mich diese Kritik mehr getroffen als es das heute würde.

? Warum würde Sie die Kritik heute nicht mehr so treffen?
Schäferkordt: Über die Jahre lernt man damit umzugehen. Das muss man auch, um im Tagesgeschäft bestehen zu können.

? Sind Sie denn hart?
Schäferkordt: Mich hat immer eine gewisse Konsequenz ausgezeichnet. Das ist auch heute noch der Fall – aber es ist etwas anderes als Härte.

? RTL ist seit langem größter Bertelsmann-Gewinnbringer. Bleibt es das, wenn die Zeiten für TV schwieriger werden?
Schäferkordt: Fernsehen ist ein unglaublich attraktives Medium – heute vielleicht mehr denn je. Denn Fernsehen spielt sich nicht mehr nur auf dem Bildschirm im Wohnzimmer ab, sondern über alle Plattformen und Endgeräte – PCs, Tablets, Mobiltelefone – hinweg. 2013 sind in Deutschland 45 Millionen Endgeräte verkauft worden, auf denen man fernsehen kann. Sie alle wollen bespielt, die Kunden unterhalten werden. Das ist eine Riesenchance für uns. Nie konnte man so viele Zuschauer mit Fernsehhalten erreichen wie heute. Das wirkt sich natürlich auf die Werbeeinnahmen aus. Die beiden großen Gewinner der vergangenen Jahre sind, in eigentlich allen Ländern, Fernsehen und

Online. Deshalb gehe ich fest davon aus, dass die RTL Group auch langfristig eine ganz wesentliche Säule im Portfolio des Bertelsmann-Konzerns bleiben wird.

? Es gibt sie noch, die Tatort- oder Dschungelcamp-Fans, die sich eine bestimmte Zeit am Abend freihalten. Aber die Notwendigkeit schwindet. Gerade startete der Online-Videoanbieter Netflix. Man kann zu fast jeder Zeit fast jeden Film im Internet sehen. Wie reagiert RTL?
Schäferkordt: Mit noch mehr Eigenproduktionen. Sie kann der Zuschauer eben nicht auf allen Plattformen im Internet sehen – sondern nur bei uns. Mit der Dschungelshow nannten Sie bereits ein sehr erfolgreiches RTL-Format. Übrigens ist der Anteil der Fernsehnutzung auf Abruf heute noch ein kleiner Teil der Gesamtnutzung. Mehr als 90 Prozent der Zuschauer in Deutschland folgen noch dem linearen Programm. Ich gehe aber davon aus, dass dieser Anteil kleiner wird.

? Welche Pläne hat RTL für sein digitales Angebot?
Schäferkordt: Das Digitalgeschäft ist bei uns kein gesonderter Bereich, sondern fester Bestandteil sowohl bei unseren TV- und Radio-Sendern als auch bei unserem weltweiten Produktionsarm

Fremantle Media. Im Mittelpunkt unserer Digitalstrategie stehen Bewegtbilder, also Online-Video. Wer eine Show oder einen Film verpasst hat, kann dies auf Abrufplattformen wie »RTL Now« noch etwa eine Woche lang kostenfrei nachholen. Ähnliche Mediatheken bieten wir international für alle unsere Sender. Zweitens produzieren wir neue Inhalte für digitale Plattformen – also Videos speziell für das Internet. So hat FremantleMedia eine Partnerschaft mit Vice abgeschlossen, in deren Rahmen die neue Online-Plattform »Munchies« rund um das Thema Kochen und Ernährung für junge Zielgruppen gestartet wurde. Eine weitere Quelle von Wachstum sehen wir drittens in der Bündelung und Vermarktung von Online-Videos, die von anderen Anbietern produziert werden. So arbeitet unser Unternehmen BroadbandTV mit mehr als 20 000 Inhalte-Partnern zusammen, darunter solche aus den Bereichen Musik, Unterhaltung, Games und Sport. Viertens haben wir durch den Kauf des US-Unternehmens SpotXchange unsere Kompetenz für Onlinevideo-Werbung gestärkt.

? Was das aktuelle Programm betrifft, so scheint die ganz große Zeit der Casting-Shows vorbei zu sein. Stimmt das?
Schäferkordt: Die ganz große Zeit – da würde ich Ihnen Recht geben. Dennoch: auf der ganzen Welt belegen Casting-Shows nach wie vor Top-Platzierungen in den Hitlisten der beliebtesten Formate, auch wenn die Einschaltquoten nicht mehr so hoch sind wie vor fünf oder sechs Jahren. Und alle Sender wie Produktionsfirmen suchen jetzt weltweit nach der neuen großen Show, die an die Riesenerfolge der Casting-Shows anknüpfen kann – aber bisher ist sie noch nicht gefunden.

Person und Auszeichnung

Anke Schäferkordt, 1962 im Kalletaler Ortsteil Hensdorf geboren, hat in Lemgo ihr Abitur gemacht und in Paderborn Betriebswirtschaft studiert. 1988 begann sie bei Bertelsmann, 1991 bei der Tochter RTL. 2005 übernahm sie die Leitung der RTL-Mediengruppe Deutschland. Seit 2012 führt sie gemeinsam mit Guillaume de Posch die übergeordnete RTL Group in Luxemburg. Schäferkordt vertritt RTL im Konzernvorstand.

Mestemacher vergibt seit 2002 den Preis »Managerin des Jahres«. Damit sollen kompetente Fachfrauen als Leitbilder exponiert werden. Ausgezeichnet wurden unter anderem Martina Sandrock (2006, Sara Lee), Margret Suckale (2008, Bahn), Birgit Behrendt (2010, Ford) und Ines Kolmsee (2013, SKW).

Mestemacher vergibt seit 2002 den Preis »Managerin des Jahres«. Damit sollen kompetente Fachfrauen als Leitbilder exponiert werden. Ausgezeichnet wurden unter anderem Martina Sandrock (2006, Sara Lee), Margret Suckale (2008, Bahn), Birgit Behrendt (2010, Ford) und Ines Kolmsee (2013, SKW).

Es heißt, RTL wolle mehr Geld in journalistisch anspruchsvolle Reportagen investieren. Wie passt das mit Shows wie »Adam sucht Eva« zusammen?
Schäferkordt: Auch »Adam sucht Eva« ist anspruchsvoll – eher handwerklich anspruchsvoll. Denken Sie nur an die Arbeit des Kameramanns an der Stelle! Aber Spaß beiseite: Genau diese Mischung, die Vielfalt an Programmen macht RTL aus. Natürlich wollen wir journalistisch anspruchsvolle Formate – und produzieren diese zum Beispiel mit Antonia Rados, »Team Wallraff« und »Das Jenke-Experiment«. Auf der anderen Seite gehört auch ein Programm wie »Adam sucht Eva« zu RTL – kein anderer Sender in Deutschland hat diese breite Positionierung.

? Zum Schluss eine persönliche Frage. Sie sind in Lemgo geboren. Was hat Ihnen die Hansestadt fürs Leben mitgegeben?
Schäferkordt: Meine westfälische Herkunft kann und will ich nicht leugnen. Ich hoffe, ich habe einige der guten Eigenschaften der Westfalen mit auf den Weg genommen. Ich denke, ich zeichne mich aus durch einen sehr starken Willen, bin fleißig und ich halte auch durch, wenn die schnelle Lösung nicht gleich gefunden wird. Das sind alles Eigenschaften, die den Westfalen auszeichnen.

? Zusätzlich sagt man speziell den Lippern nach, dass sie Geld nur behutsam ausgeben.
Schäferkordt: Sprechen Sie es ruhig frei aus: Man sagt den Lippern sogar nach, dass sie geizig sind. Also persönlich, in meinem privaten Umfeld, bin ich gar nicht geizig. Beim Wirtschaften im Unternehmen macht es aber absolut Sinn, sehr vorsichtig mit den Ressourcen umzugehen.

? Auf der ganzen Welt belegen Casting-Shows nach wie vor Top-Platzierungen.
Schäferkordt: Die ganz große Zeit – da würde ich Ihnen Recht geben. Dennoch: auf der ganzen Welt belegen Casting-Shows nach wie vor Top-Platzierungen in den Hitlisten der beliebtesten Formate, auch wenn die Einschaltquoten nicht mehr so hoch sind wie vor fünf oder sechs Jahren. Und alle Sender wie Produktionsfirmen suchen jetzt weltweit nach der neuen großen Show, die an die Riesenerfolge der Casting-Shows anknüpfen kann – aber bisher ist sie noch nicht gefunden.

Arvato liefert Filme für Netflix

Gütersloh (WB/OH). Der Geschäftsbereich Replikation der Bertelsmann-Tochter Arvato beliefert den seit Dienstag in Deutschland verfügbaren Online-Videoanbieter Netflix. Im Auftrag der Verleih- und Produktionsfirma Ascot Elite Home Entertainment werden in Gütersloh Filmtitel für die Nutzung bei Netflix aufbereitet. Darunter befinden sich Oscar-prämierte Produktionen wie »The King's Speech«, »The Fighter« oder »Silver Linings Playbook«. Arvato erstellt hiervon spezifische Medienformate für Nutzer in Deutschland, Österreich sowie der Schweiz. Das Internetstreaming sei ein Zukunftsmarkt mit Wachstumsperspektiven, teilt Arvato mit.

Media Markt mit Drive-in-Angebot

Ingolstadt (dpa). Im Kampf gegen die wachsende Konkurrenz des Onlinehandels setzt die Elektronikhandelskette Media Markt auf ungewöhnliche Konzepte. Gestern präsentierte der zum Metro-Konzern gehörende Branchenprimus seinen neuen Media Markt in Ingolstadt. Kunden können dort ihre online oder per Telefon bestellten Waren in einem Drive-in mit dem Auto abholen. Im Markt können sie an einer interaktiven Videowand durch das Produktsortiment surfen. Die lange florierenden Elektronikketten Media Markt und Saturn machten zuletzt eine schwierige Phase durch, unter anderem wegen des Siegeszugs der Online-Händler.

»New Yorker« soll an Levi's zahlen

Hamburg (dpa). Die Hosentaschen sind der Knackpunkt gewesen: Im Streit um Jeans-Plagiate muss die deutsche Modekette »New Yorker« Schadenersatz an den US-Jeanshersteller Levi's zahlen. Die genaue Höhe ist noch offen, Levi's verlangt 50 Euro pro verkaufter Hose. Zudem untersagte das Oberlandesgericht Hamburg der Modekette, Jeansmodelle weiter zu verkaufen, die Levi's-Hosen zu ähnlich sehen. Bei dem Rechtsstreit geht es vor allem um die Verzerrung der Gesäßtaschen. Levi's wirft dem deutschen Unternehmen vor, für dessen Eigenmarke das »V« auf den Hintertaschen kopiert zu haben. »New Yorker« will den Gang zum BGH prüfen.

Ballerina setzt Küchentrend

Rödinghausen (WB). Das Unternehmen Ballerina Küchen aus Rödinghausen will einen neuen Trend in der Branche setzen: Komfortküchen sollen bequemeres Arbeiten im Sitzen ermöglichen. Hauptzielgruppe sind ältere oder bewegungseingeschränkte Menschen. »Es gibt schon Küchen, die auf Behinderte ausgerichtet sind, unsere bieten ein Mehr an Funktionalität«, erklärte Geschäftsführerin Heidrun Brinkmeyer bei der A30-Küchenmesse. Viel Beinfreiheit, automatische Schranktüren und ausziehbare Regalböden gehören zum Konzept. Ballerina hat 250 Mitarbeiter und produziert 25 000 Küchen pro Jahr.

Gericht stoppt Lizenzvergabe

Streit um Zulassung von Sportwettenanbietern geht weiter – Gauselmann muss warten

■ Von Oliver Horst

Especkamp/Bielefeld (WB). Der bundesweite Start eines regulierten Marktes für Sportwetten verschiebt sich auf unbestimmte Zeit. Das Verwaltungsgericht Wiesbaden hat auf Antrag der Bielefelder Rechtsanwaltskanzlei Kartal die für gestern geplante Ausgabe von Konzessionen an 20 ausgewählte Anbieter durch das zuständige hessische Innenministerium vorläufig gestoppt. Betroffen ist davon auch das Especkammer Unternehmen Gauselmann. Dessen Tochter Cashpoint war als Primus aus dem Auswahlverfahren hervorgegangen – und muss nun warten. Das seit mehr als zwei Jahren

laufende Konzessionsverfahren ist äußerst umstritten. Wie berichtet, war im Glücksspielstaatsvertrag die Zahl von 20 Zulassungen festgesetzt worden – willkürlich. Letztlich gab es 41 Bewerber. Bei der Entscheidung leer ausgegangen Anbieter – darunter Branchengrößen wie Bet365 oder Tipico – setzten sich juristisch mit Eilanträgen und Klagen zur Wehr. Praktisch im letzten Moment legte das Verwaltungsgericht Wiesbaden die Konzessionsvergabe auf Eis. Es gab Mittwochabend dem Antrag der ausländischen Bürgergemeinschaft Tipwin/Yoobet statt, die sich von der Kanzlei Kartal vertreten lässt. »Von dem Hängebeschluss, den

wir erwirkt haben, profitieren alle Anbieter, die gegen die Vergabe klagen. Wenn die Konzessionen vergeben worden wären, hätten die nicht berücksichtigten Bewerber einen großen Wettbewerbsnachteil erlitten«, sagt Jusuf Kartal. Der Hängebeschluss stoppe nur die Vergabe der Konzessionen, bewerte aber nicht das eigentliche Vergabeverfahren. Das Innenministerium kündigte Beschwerde gegen den Hängebeschluss an. Kartal erwartet, dass der hessische Verwaltungsgerichtshof bis Jahresende entscheidet. Möglich sei aber auch, dass bis dahin das Verwaltungsgericht im Eilverfahren über den Antrag auf einstweilige Verfügung entscheidet.

Für Gauselmann-Sprecher Mario Hoffmeister war die Verzögerung im Milliardenmarkt »voraussehbar«. Der Vergabemodus mit der Begrenzung auf 20 Anbieter sei »fragwürdig und absolut willkürlich«, die Klagen eine logische Folge. »Schließlich geht es um Geld, Arbeitsplätze und Renommee.« Bis zu einer endgültigen Entscheidung sammelte die Gauselmann-Gruppe weiter Erfahrungen in Schleswig-Holstein, wo die Tochter X-Tip lizenziert ist und seit kurzem ein erstes Wettbüro betreibt. Dass Cashpoint und damit Gauselmann bundesweit zum Zuge kommt, ist für Hoffmeister klar: »Schließlich haben wir die Kriterienprüfung als bester absolviert.«



Mit Sportwetten sollen in Deutschland zuletzt etwa 4 Milliarden Euro pro Jahr umgesetzt worden sein. Die Ausgabe offizieller Konzessionen an 20 ausgewählte Anbieter ist vorerst gerichtlich gestoppt. Foto: dpa