

Geschäft mit digitaler Musik wächst schwächer

Das Wachstum des größten Hoffnungsträgers der Musikbranche, der Internet-Downloads, hat sich 2009 deutlich verlangsamt. Die weltweiten Einnahmen mit digitaler Musik stiegen zwar um zwölf Prozent auf 4,2 Mrd. \$ – das war erstmals mehr als ein Viertel des Gesamtumsatzes der Branche. Doch 2008 hatte das Wachstum noch 25 Prozent betragen. Vor allem das illegale und kostenlose Herunterladen von Liedern und Alben schadet der Branche. Obwohl das weltweite Geschäft mit digitaler Musik seit 2004 um 940 Prozent gestiegen ist, brachen in der gleichen Zeit die Gesamtumsätze der Branche um 30 Prozent ein. Für 2009 werden Verluste zwischen acht und neun Prozent erwartet, sagte der IFPI-Vorsitzende John Kennedy. Die IFPI, der Verband der Phonindustrie, vertritt 1400 Unternehmen in 72 Ländern. DPA

Youtube bietet erstmals Verleihvideos an

Die Internet-Plattform Youtube testet ein Videoverleih-Angebot. Ab dem heutigen Freitag bietet die Google-Tochter fünf Streifen von unabhängigen Filmemachern an, die ihre Werke auf dem Sundance Festival in San Francisco zeigen. Das Angebot werde in den kommenden Wochen erweitert, teilte Youtube mit. Die Aktion könnte in einem dauerhaften Angebot münden. Die Preise legen die Filmemacher fest. Nach Informationen der Financial Times sollen die Probestreifen je 3,99 \$ kosten für eine Mietdauer von 48 Stunden. Die Videos werden übers Internet im sogenannten Streaming-Verfahren auf den Computer oder Fernseher übertragen. 51 Prozent der Einnahmen sollen den Produzenten zufließen, der Rest Youtube. DPA

BMG sucht in großem Stil Musikrechte

Unternehmen sichert sich Kreditpaket für umfangreiche Zukäufe · Preise für Verwertungsrechte sinken · FTD-Interview

VON ANDREA RUNGG
UND ARNDT OHLER, BERLIN

Bertelsmann und der Finanzinvestor Kohlberg Kravis Roberts (KKR) wollen über ihr Gemeinschaftsunternehmen BMG Rights Management zahlreiche Musikkataloge aufkaufen. „Die Investitionspipeline ist voll. Wir haben genügend Mittel“, sagte BMG-Chef Hartwig Masuch. Insgesamt prüfe der Verlag derzeit 38 Investitionsvorhaben. Acht Banken unter Führung von JP Morgan hätten substantielle Kreditzusagen gemacht. Eine genaue Summe wollte Hartwig nicht nennen. In der Finanzbranche wird über einen Betrag zwischen 500 und 600 Mio. € spekuliert. „Das bewegt sich ungefähr in diesem Rahmen“, sagte Masuch dazu lediglich.

Für BMG ist das ein Richtungswechsel. Ursprünglich war der Plan, BMG zu einem kleineren, auf Europa konzentrierten Unternehmen zu entwickeln. Angesichts der Marktlage im Jahr 2009 entschied das Unternehmen jedoch, einen Platz unter den führenden Rechteverwertern weltweit anzupeilen.

BMG wolle ein bedeutender Spieler in zehn der weltweit wichtigsten Märkte werden, sagte Masuch. Bertelsmann und KKR hatten 2009 die Gemeinschaftsfirmen für die Vermarktung von Musikrechten gegründet und beschäftigen weltweit bis zu 70 Mitarbeiter. Bertelsmann hält 49 Prozent und KKR 51 Prozent an dem Unternehmen. Zuvor war Bertelsmann bereits in diesem Geschäft tätig. 2006 hatte der Konzern

BMG-Rights-Management-Chef Hartwig Masuch will künftig auch die Rechte junger, noch unbekannter Musiker vertreten



für mehr als 1,6 Mrd. € seinen Musikverlag BMG Music Publishing an Vivendi verkauft. Aus dem ehemaligen Joint Venture mit Sony hatte sich BMG noch Rechte von rund 200 Künstlern gesichert. Bertelsmann ist indirekt Eigner der FTD.

BMG Rights Management hat sich auf die Wahrnehmung und Abrechnung von Urheberrechten spezialisiert. Wo immer Musik gespielt wird, im Radio, im TV oder im Internet, werden Zahlungen an Musiker, Autoren und Komponisten der Werke fällig. BMG stellt sicher, dass die Beträge weltweit eingefordert

werden, rechnet sie ab und überweist den größten Teil des Geldes an die Künstler. Zudem vermarktet das Unternehmen Lieder in Werbung oder Filmen. Von den Umsätzen und abgerechneten Beträgen behält BMG nach eigenen Angaben einen Anteil von 20 bis 25 Prozent.

Für viele Künstler stellt sich angesichts des zersplitterten Musikmarkts die Frage, wie sie künftig ihr Geld verdienen. Neue Ansätze oder Dienstleistungen, wie sie unter anderem BMG bietet, werden daher ein großes Thema auf der Musikmesse Midem sein, die am Wo-

chenende in Cannes startet. Attraktiv ist dieses Modell vor allem für etablierte Künstler. BMG Rights Management ist in den neuen Geschäftsmodellen von Musikern einer von vielen Dienstleistern. Für Marketing oder CD-Produktion engagieren die Künstler zumeist externe Anbieter.

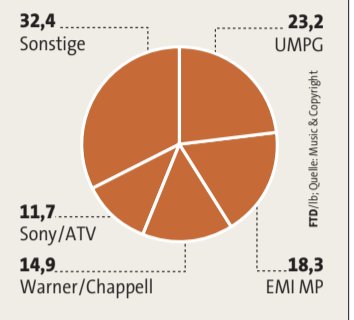
Das Musikverlagsgeschäft kommt derzeit wieder in Schwung. Private-Equity-Gesellschaften suchen Käufer für Kataloge. Angesichts der Finanzkrise habe sich das Preisgefüge dramatisch verändert. „2004 bis 2007 hatten wir die Situation, dass Finanz-

Die Chartstürmer

Leise Töne BMG Rights spielt im Musikverlagsgeschäft noch eine untergeordnete Rolle.

Laute Ansage KKR und BMG prüfen 38 Musikkataloge. Der Marktanteil dürfte deutlich steigen.

Vier Große, viele Kleine
Anteile am globalen Musikverlagsmarkt 2008 in %



investoren Kataloge kauften im Sinne von ‚teuer kaufen und viel teurer weiter verkaufen‘. Das hat Ende 2008 einen Dämpfer bekommen“, so Masuch. „Heute sind im Markt mehr Kataloge zu haben als vor zwei Jahren – und das zu realistischeren Preisen“, sagte er weiter. Den attraktivsten Katalog hält das angeschlagene Plattenlabel EMI. Das Unternehmen ist in der Hand des Finanzinvestors Terra Firma, der derzeit mit der Citigroup um eine Kreditlinie streitet. Der gesamte Katalog der EMI mit Titeln der Beatles wird jedoch mit einem Milliardenbetrag beziffert.

SERIE

GREEN MINDS – UWE HARZMANN

Unter Gärtnern

Von Strickpullis und Müsli hält er wenig, und wenn er im Garten arbeitet, dann nicht zu ebener Erde. Der Ex-Unternehmensberater liefert von der Seilsicherung bis zur Samentüte alles fürs Gründach

VON NINA JAUKE, STUTTGART

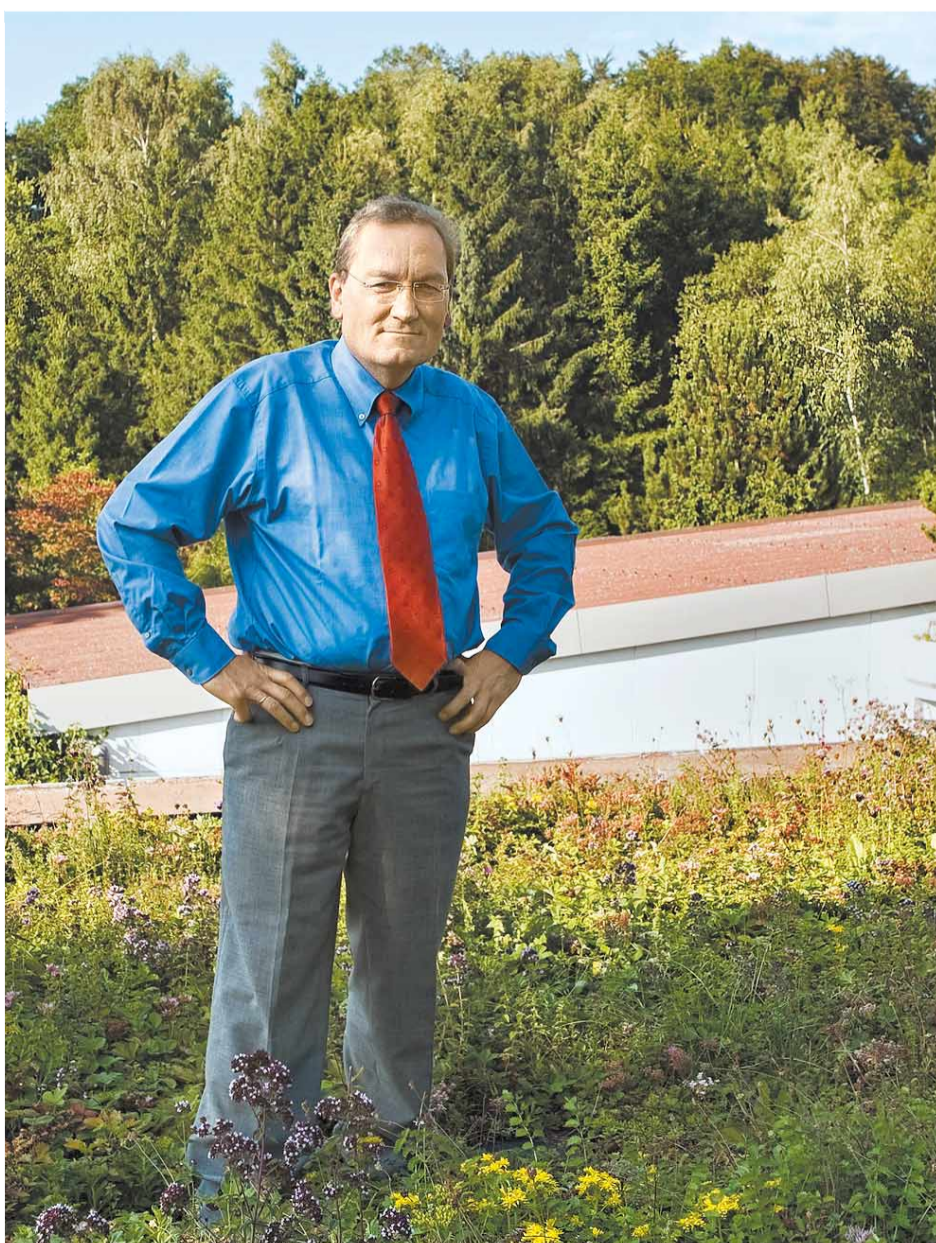


Betrachtet man Stuttgart von oben, kann Uwe Harzmann ganz zufrieden sein. Kaum eine Klinik ohne Gründach, auf Banken und Privathäusern sprießt und gedeiht es im Sommer. Der Vorstand von Optigrün steht auf dem verschneiten Dach im elften Stock der DZ Bank und geht unter einem Bäumchen in die Hocke: „Hier sieht man das Pflanzsubstrat. Das hat mit Gartenerde nichts zu tun“, sagt der Chef der Dachbegrünungsfirma. Denn mit gewöhnlicher Erde läuft auf Dächern überhaupt nichts: Viel zu schwer – das hält kein Haus aus.

Beim Blick über die baden-württembergische Hauptstadt liegen die Dachgärtner ganz gut im Rennen. Denn wer ein Ökodach will, hat die Wahl zwischen Gründach oder Solar-dach. Deshalb findet Harzmann die Kürzung der Solarförderung ganz in Ordnung. Die subventionierten Solarpaneele konkurrieren mit seinen Grasdächern. Und so grün sein Produkt auch sein mag: Der 45-Jährige – grauer Anzug, unauffälliges Hemd, immer ein kleines Lächeln im Gesicht – sagt: „Ich bin vor allem Geschäftsmann.“

Harzmann hat BWL studiert. Bevor er unter die Gärtnern ging, arbeitete er in Frankfurt erst als Unternehmensberater bei KPMG Peat Marwick und dann bei der Eon-Tochter Röder. 1998 übernahm er von seinem Vater die Dachbegrünungsfirma in Krauchenwies auf der Schwäbischen Alb – „obwohl mir alle Wirtschaftsprüfer im Bekanntenkreis abgeraten haben“, sagt Harzmann.

Unter den „Grünen“, wie die Gartenbauingenieure in der Zentrale genannt werden, trug der neue Chef anfangs seine dunklen Anzüge aus der Frankfurter Zeit auf. Nach einiger Zeit kam er leger ins Büro, auch wenn er mit „Strickpulli und Müsli“ nichts am Hut hat. Harzmanns ökologische Haltung ist pragmatisch – und geprägt von schlichter schwäbischer Sparsamkeit. „Gebäude gut dämmen, wenig Auto fahren, keine sinnlosen Fernreisen, Licht aus, Heizung aus, Türen zu“



Sein Produkt hat eigentlich nur Vorzüge: Uwe Harzmann begründet die deutschen Dächer

lauten die Parolen im Hause Harzmann. Wenn eins der drei Kinder den PC anlässt, mahnt der Vater: „Für mich reicht die Energie noch, bis ich in die Kiste steige. Bei euch wird's knapp.“

Auch wenn Harzmann „mittlerweile im Bekanntenkreis acht bis zehn Carports im Eigenbau begrünt“ hat, in heller Begeisterung von Kapillarvliesen erzählt und im nächsten Leben lieber Bauingenieur statt Betriebswirtschaftler werden will, fehlt dem Optigrün-Vorstand der sprichwörtliche grüne Daumen: „Er ist kein Gärtner“, sagt der Optigrün-Aufsichtsrat und Gartenbauunternehmer Immo Herbst. „Aber das muss ja nichts Schlechtes sein.“

Das Grüne und die Tüftelei macht Martin Henneberg, der bärtige Technikvorstand, Harzmann kümmert sich ums Geschäft. „In zehn Jahren hatten wir kein einziges Mal Streit“, sagt er. „Das liegt daran, dass man mit mir schlecht streiten kann“, sagt Henneberg sanft. Der Ingenieur sei der Geduldiger, bestätigt Harzmann. „Ich poltere eher mal herum.“

Schließlich will er was bewegen, deshalb übernahm er damals auch Optigrün: „Ich war davon überzeugt, dass dieses Geschäft Zukunft hat.“ Dachbegrünung ist eine deutsche Technik, die er ins Ausland bringen will. „Er wusste, dass da Chancen schlummern, die man nutzen muss“, sagt Martin Henneberg. Mit Erfolg: Heute hat Optigrün Partner in ganz Europa, der Türkei und den USA.

Und auch sonst bewegt sich was: 2002 übernimmt Optigrün den insolventen Wettbewerber Optima Nord. Harzmann wandelt die Firma in eine Aktiengesellschaft um. Je 40 Prozent halten er und Henneberg, mit dem Rest beteiligt er die Franchisenehmer am Unternehmen. 120 feste Partner – Dachdecker- und Gartenbauunternehmen – sorgen für die Bauausführung vor Ort. Mehr als zwei Millionen Quadratmeter begrünen sie jedes Jahr. Optigrün plant und liefert Material. Der Umsatz hat sich zwischen 2000 und 2009 auf 20,2 Mio. € verdreifacht. Auf Optigrün und den Konkurrenten Zinco verteilt sich mittlerweile jeweils ein Drittel Marktanteil.

Im Testzentrum in Krauchenwies entwickeln die Gartenbauingenieure maßgeschneiderte Lösungen für Dächer und Be-

pflanzungen aller Art und entwerfen neue Produkte wie etwa die Mäanderplatte, die das Regenwasser länger zurückhält. Auf der Homepage gibt es Selbstbau-Anleitungen für schwäbische Bastler: erst wasserdichte Folie, dann verschiedene Vliese und darauf eins der superleichten Optigrün-Substrate. Optigrün liefert alles, vom Grassamen bis zum Sicherungsgurt, damit Papi bei der alljährlichen Unkrautzupf-Aktion nicht vom Dach fällt. Auf Basis von Niederschlagsberechnungen für jede Ecke Deutschlands werden Substratmischung und Begrünung ausgewählt.

Fast alle Produkte bestehen aus Recyclingmaterialien. Harzmann zeigt im DG-Hyp-Höhengarten auf die Drainageplatten unter dem Schnee und sagt: „Das waren mal alte Bierkästen, die haben wir aufgekauft und zermahlen lassen.“

Trotz Krise steigt der Umsatz. „Das Bauvolumen geht zwar zurück, aber der Anteil begrünter Flächen steigt“, sagt Harzmann. Die Vorteile hätten sich herumgesprochen: Ein „nacktes“ Flachdach hält 15 Jahre, ein begrüntes dagegen 40. Gründächer verbessern nicht nur das Mikroklima, sparen CO₂ ein, binden Staub, dienen als Biotop für Käfer und Bienen und sehen schön aus. Ein großer Vorteil ist auch, dass sie Kanalisation und Kläranlagen entlasten: Sie halten Regenwasser zurück, das wieder verdunsten kann.

Es fuchst Harzmann, dass über all das bislang kaum belastbare Daten vorliegen – mit Ausnahmen: Sein Marketingleiter zählte für seine Biologiepromotion Käfer auf Gründächern. Und Harzmann zitiert eine Studie: „Laut TU Berlin tragen zur

Klimaerwärmung auch die Besiedelung und die versiegelten Flächen bei. Der kühlende Effekt von verdunstendem Wasser fehlt.“ In Zahlen wäre das ein schönes Argument für Gründächer.

Das Stichwort Kühlung bringt Harzmann zurück zur Glaubensfrage: Gründach und Solar-dach. Denn er hat eine Lösung: Der Kühlungseffekt eines Grasdachs lässt Solaranlagen effizienter arbeiten. Deshalb verkauft Optigrün neuerdings Halterungen für Solar-module. „Betriebswirtschaft“, sagt Harzmann, bevor er sich auf den Rückweg ins ländliche Schwaben macht, „ist im Grunde nichts als systematisierte Bauernschläue.“

DIE GREENKEEPER



Übersee Eher ein Marketing-Gag der Reederei ist der salzwasserfeste Golfplatz von Optigrün auf dem Kreuzfahrtschiff „Celebrity Solstice“.

Festland Optigrün ist eine der beiden größten deutschen Gründachfirmen mit Partnern in Europa und den USA. 46 Mitarbeiter entwickeln Produkte und planen Projekte.

Montag François Venet vom Anlagenbauer Lurgi stellt Maschinen zur Produktion von Biomasse her. Alle bisherigen Folgen finden Sie unter www.ftd.de/greenminds