

Jahrespressekonferenz der tv productioncenter zürich ag vom 13.5.2003 in der Brasserie Lipp

Es gilt das gesprochene Wort

Referat Roger Sidler, Geschäftsleiter und Delegierter des Verwaltungsrats

Meine sehr geehrte Damen und Herren

Das Gesamtergebnis, das Stephan Giachino Ihnen soeben präsentiert hat, kann, wenn man die eher widrigen Umstände in Betracht zieht, sicher als positiv beurteilt werden. Wenn man sich nun die Entwicklung in den drei Geschäftsfeldern, die das tpc seit seiner Gründung bearbeitet, anschaut – 'TV-Produktionen Schweiz', 'TV-Produktionen Ausland' und 'Corporate-Communications-Produktionen' – ist das Jahr 2002 etwas differenzierter zu bewerten.

Der Rückgang des Umsatzes mit TV-Produktionen in der Schweiz kam erwartungsgemäss. Er betrug noch CHF 120,1 Millionen, das sind 10 Prozent weniger als die im Vorjahr erreichten CHF 133,1 Millionen. Der Umsatzrückgang ist eine Folge der Einstellung von TV 3 und der Sparmassnahmen bei SF DRS. Mit anderen Unternehmenseinheiten der SRG idée suisse, insbesondere der Business Unit Sport, konnte der Umsatz von CHF 15 Millionen auf CHF 16,6 Millionen ausgeweitet werden. Dies ist zurückzuführen auf Grossprojekte wie die Expo.02, die Olympischen Spiele in Salt Lake City und die Vorbereitungen auf die Ski-WM in St. Moritz. Die SRG idée suisse insgesamt trug damit 83 Prozent zum Gesamtumsatz des tpc bei, SF DRS 71 Prozent.

Erstmals ist es dem tpc im vergangenen Jahr gelungen, Aufträge von grösseren Lokal-TV-Stationen zu akquirieren. Insbesondere im Zusammenhang mit der Expo.02 fehlten verschiedenen privaten Lokal-TV-Stationen für die geplanten Grossproduktionen die personellen und technischen Ressourcen.

Mit Presse-TV und Sat.1 Schweiz gehören zudem nach wie vor zwei verbleibende private, sprachregionale Anbieter zu den tpc-Kunden. Trotzdem betrug der Umsatz mit Schweizer TV-Kunden ausserhalb der SRG idée suisse noch CHF 9,5 Millionen oder 7,1 Prozent des Gesamtumsatzes gegenüber CHF 18,6 Millionen im Vorjahr.

Der Umsatz mit Corporate-Communications-Produktionen, dem zweiten Geschäftsfeld, hat im Geschäftsjahr 2002 um 23 Prozent auf CHF 9,0 Millionen zugenommen. Im Vorjahr waren es noch CHF 7,3 Millionen. Auch wenn dies erst einem Anteil von 7 Prozent des Gesamtumsatzes entspricht, ist es in Anbetracht des kurzen Zeitraums, in dem das tpc diesen Markt bearbeitet, sowie des harten Wettbewerbsumfelds eine beachtliche Leistung. Dazu beigetragen haben die intensiven Marketingaktivitäten, die den Bekanntheitsgrad des tpc in der Zielgruppe der Kommunikations- und Marketingfachleute aus Unternehmen und Agenturen deutlich erhöhten.

Bei Corporate-Communications-Produktionen erwarten die Auftraggeber ein Gesamtangebot, das vom Konzept über die Realisierung bis zum fertigen Endprodukt alles umfasst. Das tpc, als rein technischer Dienstleister aus SF DRS ausgegliedert, musste fehlende Funktionen, die für ein Gesamtangebot notwendig sind, zuerst aufbauen und Zusammenarbeitsmodelle mit externen Partnern suchen. Um die audiovisuellen Dienstleistungen für Corporate Communications noch effizienter erbringen zu können, wurde 2002 ein eigener Geschäftsbereich gegründet, in dem all diese Aktivitäten zusammengefasst werden, und mit Ruedi Oser als Leiter ein erfahrener Produzent verpflichtet.

Im Januar 2002 ist das tpc mit der deutschen Salzbrunner Stagetec Mediagroup eine Kooperation eingegangen. Ziel dieser Kooperation ist die Bearbeitung des internationalen, insbesondere des deutschen und österreichischen Markts im Bereich Aussenproduktionen mit Reportagewagen. Die neu gegründete tpc international GmbH operiert von Pliezhausen bei Stuttgart aus. Das tpc hält seit Januar 2003 50 Prozent an dieser Gesellschaft. Aufgrund der Kooperation verzichtete das tpc 2002 auf eine intensive Marktbearbeitung in Deutschland und konzentrierte sich auf einige wenige Spezialitäten, insbesondere Radrennen. Der Umsatz des Geschäftsfelds 'TV-Produktion Ausland' von CHF 2,3 Millionen umfasst für 2002 nur den durch das tpc direkt erzielten Umsatz. Im Vorjahr lag er mit CHF 2,6 Millionen leicht höher. tpc international entwickelte sich in seinem ersten Geschäftsjahr gemäss dem Businessplan; es erreichte einen Umsatz von CHF 1,2 Millionen und schloss das Jahr mit einem ausgeglichenen Ergebnis ab.

Dass der deutsche TV-Markt im Jahr 2002 schwierig war, ist kein Geheimnis. Die Umsatzrückgänge der TV-Stationen durch rückläufige Werbeeinnahmen und insbesondere das Auseinanderbrechen des Kirch-Konzerns haben die Auftragslage beeinträchtigt. Dass es dem tpc trotz dieser schwierigen Rahmenbedingungen und hoher Anfahrts- und Personalkosten erneut gelungen ist, die prestigeträchtigen Aufträge zur mobilen Übertragung der Deutschlandrundfahrt und der Friedensfahrt zu gewinnen, bestätigt den guten Ruf, den sich das tpc als Spezialist für anspruchsvolle mobile Produktionen in der Vergangenheit erworben hat.

Veränderungen bei Personal und Infrastruktur

Als Konsequenz der negativen Entwicklung bauten wir neun Stellen ab. Auf der Infrastrukturseite haben wir das Studio 4 still gelegt und umgenutzt. Daneben haben wir aber auch im Geschäftsjahr 2002 beträchtliche Mittel in unsere Infrastruktur investiert. Nachdem die Reportagewagenflotte und Bearbeitungsplätze bereits in den vergangenen Jahren auf den neusten Stand gebracht wurden, war 2002 die Erneuerung der Studioinfrastruktur an der Reihe. Die analogen Regien der beiden grossen Studios 1 und 2, die seit 1988 im Einsatz waren, wurden durch zwei digitale, frei zuschaltbare Regien ersetzt. Die erste hat den Betrieb im Dezember 2002, die zweite im April 2003 aufgenommen. Weitere Grossinvestitionen galten dem neuen finanziellen Führungs- und integrierten Auftragsabwicklungssystem (SAP) und dem neuen, zukunftssicheren Aufzeichnungsformat IMX sowie der Zusammenführung der verschiedenen Gerätelager in ein Zentrallager. Mit der Fertigstellung des neuen Bürotrakts Ende 2002 konnte der Grossteil der Mitarbeitenden wieder im Leutschenbach zusammengefasst werden. Die Arbeits- und Kommunikationswege haben sich entsprechend vereinfacht. Im Bau befindet sich

gegenwärtig das Studio 8. In diesem mittelgrossen Studio wird es künftig möglich sein, Dekorationen regelmässiger Sendungen fest zu installieren. Die zusätzlich entstehenden Gebäudekosten werden durch den Wegfall der täglichen Auf- und Abbauarbeiten sowie der Einleuchtzeiten und die Reduktion der Lagerkosten mehr als kompensiert. Das Studio 8 wird ebenfalls mit den neu gebauten Regien betrieben. Dieses Konzept – drei Studios, zwei Regien – wird die teuren Leerzeiten der Studioregionen deutlich senken.

Zusammenfassung

Zusammenfassend kann man also sagen: Trotz massivem Umsatzrückgang hat das tpc den Gewinn steigern können. Dies war möglich durch die rasche Reaktion unseres Unternehmens auf die sich abzeichnenden Ertragslücken. Das Sparen ging aber nicht auf Kosten der zukunftsichernden Investitionen, diese konnten alle durchgeführt werden.

Das tpc eine Fehlüberlegung?

Ist das tpc trotzdem eine Fehlentscheidung, wie man manchmal liest und hört? In der aktuellen Diskussion um das neue Radio- und Fernsehgesetz (RTVG) sind verschiedene Punkte umstritten, einer ist es nicht: Der Markt kann den verfassungsmässig geforderten Service Public in der Schweiz nicht gewährleisten. Die starke Konkurrenz ausländischer Veranstalter ruft nach einer Bündelung der knappen Ressourcen. Auch im neuen Gesetz ist deshalb vorgesehen, dass der Leistungsauftrag und die Mittel weitgehend auf die SRG idée suisse konzentriert werden. So soll ein Service Public im Sinne der Verfassung gewährleistet werden, der für alle Sprachregionen gleichwertige Programme anbietet, inhaltlich umfassend ist, geographisch flächendeckend empfangen werden kann und der sich gegen die internationale Konkurrenz behaupten kann.

Die geforderte Programmqualität und -vielfalt ist jedoch nicht nur abhängig von der redaktionellen Leistung, sondern ebenso von der produktionellen. Das erfordert gut ausgebildete und erfahrene Spezialisten sowie eine umfassende Palette an modernsten technischen Produktionsmitteln, wie sie das tpc bietet. Auch 2002 haben wir bewiesen, dass wir als Fernsehproduzent zu ausserordentlichen Leistungen bereit und fähig sind. Etwa im Rahmen der Expo.02 oder bei der Vorbereitung der Ski-WM 2003 in St. Moritz – dem grössten Sportanlass, den das Fernsehen in der Schweiz je realisiert hat. Die Ski-WM hat die Fernsehzuschauer während gut zwei Wochen beschäftigt – das tpc, das für die technische Gesamtleitung verantwortlich war, seit seiner Gründung vor drei Jahren. Ohne falsche Bescheidenheit dürfen wir feststellen, dass eine derart komplexe Produktion auf einem so hohen Niveau ohne tpc nicht hätte realisiert werden können.

Es wurde uns oft vorgeworfen, der Entscheid zur Verselbständigung des tpc sei kurzfristig und im Klima der New-Economy-Fernseheuphorie gefallen. Aber gerade der heutige Erfolg gibt uns recht. Wäre es uns in den vergangenen drei Jahren nicht gelungen, fast einen Drittel unseres Umsatzes mit Kunden ausserhalb des SF DRS zu erwirtschaften, hätten sich die Sparzwänge der SRG idée suisse niemals so glimpflich ausgewirkt. Dank dieser zusätzlichen Auslastung stellen wir auch heute die Bedürfnisse unserer Kunden mit qualifizierten und

erfahrenen Mitarbeitenden sowie hochwertigen und praktisch unverändert breit diversifizierten Produktionsmöglichkeiten sicher. Davon profitiert die SRG idée suisse bei der Erfüllung ihres Leistungsauftrags und damit auch der Gebührenzahler. Davon profitieren aber auch unsere neuen Kunden, denen wir eine für die Schweiz einzigartige Produktionsinfrastruktur und das von der SRG idée suisse während Jahrzehnten aufgebaute Know-how zur Verfügung stellen. Und davon profitieren auch die Mitarbeitenden des tpc, denen ein massiver Stellenabbau erspart blieb.

Wie sehen aber die Auswirkungen auf den Schweizer Markt aus? Dazu ein paar Informationen: Seit der Ausgliederung des tpc haben die Beiträge, die SF DRS für Produktionen an Dritte ausgibt kontinuierlich zugenommen. Der Umsatz den das tpc mit SF DRS realisiert ist in dieser Zeit konstant geblieben, bzw. wenn man 2002 mit 2000 vergleicht sogar leicht gesunken (- CHF 0.8 Millionen.).

Wirft man einen Blick auf den Markt für Auftragsfilme, der laut Swissfilm Association etwa CHF 611 Millionen beträgt, so sieht man, dass das tpc, welches mit Corporate TV, Imagefilmen und Werbeproduktionen im vergangenen Jahr CHF 3,9 Millionen. umgesetzt hat einen Marktanteil von unter 1 Prozent erreicht.

Auf der anderen Seite die Aufträge, die das tpc extern vergibt: Das sind zum Beispiel CHF 19 Millionen. für Fremdaufträge, Produktionsmieten und -spesen, CHF 1,3 Millionen. für Leistungen im Dekorbau, CHF 900'000 für Leistungen im Bereich Licht und CHF 300'000 für Redaktoren, Realisatoren, Moderatoren und Mitwirkenden.

Wie sieht nun aber die Zukunft aus?

Wenden wir uns nun aber der zukünftigen Entwicklung zu. Das tpc will auch in Zukunft nicht nur quantitativ, sondern ebenso qualitativ klarer Schweizer Marktleader sein und internationale Standards erfüllen können, wie es der Entwurf des RTVG für die SRG idée suisse vorsieht. Die weitere Entwicklung des Geschäftsfelds TV-Produktion Schweiz ist indessen konjunkturabhängig. Ein Aufschwung wird zu einer Erholung der Werbeeinnahmen führen und damit die Voraussetzungen für neue TV-Projekte schaffen. Mittelfristig ist daher wieder mit einem leichten Wachstum zu rechnen. Nach den erfolgreichen ersten Kontakten mit Lokal-TV-Stationen besteht die Hoffnung weitere Grossproduktionen für diese Anbieter realisieren zu können.

Das tpc möchte die erste Adresse für aufwändige, technisch anspruchsvolle und komplexe Corporate-Communications-Produktionen werden. Dabei kann es sich um eine Kombination von Dekorentwurf und -bau, Dreh und Bearbeitung oder die Verbindung von Engineering und Produktionsmittelbau mit Produktionsleistungen wie bei der Realisierung und dem teilweisen Betrieb des TV-Studios für das Inhouse TV eines Grossunternehmens handeln. Der weitere Ausbau des Geschäftsbereichs soll nicht im Alleingang geschehen, sondern in Partnerschaften und Kooperationen mit bestehenden Kommunikationsunternehmen und Produzenten.

Gemeinsam mit der Salzbrenner Stagetec Mediagroup und der John Lay Electronics bietet das tpc zudem die medientechnische Ausrüstung von Sportstadien, Museen, Kongressgebäuden usw. an – eine Dienstleistung mit steigender Nachfrage.

Die Geschäftsführung von tpc international wurde bisher interimistisch durch August Reinhard, Leiter Aussenproduktion tpc, und Stefan Salzbrenner, Geschäftsleiter Salzbrenner Stagetec Mediagroup, ausgeübt. Im Juni übernimmt Hans Peter Staub die Geschäftsleitung. Er verfügt über Produktions- wie Verkaufserfahrung und kennt das tpc als ehemaliger Mitarbeiter und Lieferant. Durch das Engagement eines vollamtlichen Geschäftsleiters sollen Grosskunden künftig intensiver betreut und das Auftragsvolumen ausgeweitet werden können. Der Aufsichtsrat setzt sich zusammen aus Klaus Onderka und Stephan Salzbrenner der Salzbrenner Stagetec Mediagroup sowie Stephan Giachino, August Reinhard und Roger Sidler des tpc. Bis zur Fussball-WM 2006 will tpc international umsatzmässig zu den fünf führenden privaten Reportagewagen-Produzenten in Deutschland gehören und an diesem Anlass eine bedeutende Rolle spielen. Zudem will das tpc seine Position unter den führenden Anbietern in Spezialgebieten wie anspruchsvollen mobilen Übertragungen (z.B. Radsport), im Schneesport sowie bei Klassikproduktionen weiter festigen.

Wenn man den Horizont noch etwas öffnet, müssen wir die unbestritten gute Leistung, die die SRG idée suisse im allgemeinen und das tpc im speziellen an der Ski-WM in St. Moritz gezeigt haben, nutzen, um bei Grossanlässen Teilprojekte zu realisieren. In Athen werden wir im Name der SRG idée suisse für den Host Broadcaster die Ruder- und Kanuwettkämpfe produzieren. Verhandlungen betreffend Winter-Grossanlässen laufen ebenfalls bereits.

Zusammenfassend lässt sich sagen, die Rahmenbedingungen bleiben für unser Geschäft weiterhin herausfordernd. Dazu tragen nicht zuletzt die hohen Anforderungen bezüglich arbeitsrechtlicher Vorschriften, Arbeitssicherheit und Sozialpartnerschaft bei, an die das tpc als Tochtergesellschaft der SRG idée suisse gebunden ist. Die laufenden Investitionen in die Infrastruktur, das konstante Qualitätsniveau und aktive Akquisitionsmassnahmen sollen dazu beitragen, dass wir den Umsatz bis 2005 auf über CHF 150 Millionen steigern können und dabei eine nachhaltige Rendite erwirtschaften. Zudem streben wir einen Eigenfinanzierungsgrad von 30 Prozent an.

Zusammensetzung des Verwaltungsrates

Die Zusammensetzung des tpc-Verwaltungsrates ist ein in den Medien immer wieder diskutiertes Thema. Die Generalversammlung, die letzte Woche stattgefunden hat, hat nun folgende Entscheide getroffen:

Neu in den Verwaltungsrat gewählt wurde Marcel Strässle. Marcel Strässle ist Gründer und Geschäftsführer der Syma AG. Er wird den tpc-Verwaltungsrat, der sich bis heute aus Fernsehspezialisten zusammensetzt, mit seiner Kompetenz im Bereich Events, Medientechnik, Messebau verstärken.

Alle Mitglieder des Verwaltungsrates wurden auf weitere drei Jahre bestätigt.

Peter Schellenberg wird das Amt als Präsident des Verwaltungsrates behalten, solange er Fernsehdirektor ist. In dieser Zeit wird der Verbleib von Peter Schellenberg im Verwaltungsrat nach seiner Zeit als Fernsehdirektor geprüft.

Ingrid Deltenre wird in den Verwaltungsrat gewählt werden, wenn sie ihr Amt als Fernsehdirektorin aufgenommen hat. Da die SRG idée suisse die wirtschaftliche Kontrolle des tpc SF DRS übertragen hat, wird SF DRS weiterhin durch den Fernsehdirektor bzw. die -direktorin im tpc-Verwaltungsrat vertreten sein.

Eine zusätzliche Erweiterung des Verwaltungsrates ist möglich.