

Krieg ist kein Kinderspiel

TV-Unternehmer Stefan Piëch kämpft gegen Gewalt in der Unterhaltung für Kinder. Und arbeitet still und leise an seinem Fortkommen im VW-Imperium.

Von Georg Meck

Stefan Piëch lebt in Wien, ist verheiratet, hat vier Kinder („das jüngste acht Jahre alt“) und einen großen Feind: den Schund, der Kindern und Jugendlichen Tag für Tag an den Bildschirmen vorgesetzt wird. Er hat Studien zur Hand, wonach Kinder, angefangen im zarten Alter von zwei Jahren, insgesamt 23 000 Stunden vor den Geräten sitzen, bis sie erwachsen sind. „Diese Zeit muss besser genutzt werden“, sagt Piëch. Ohne Gewalt, ohne Ballerei, ohne Reizüberflutung, die Geist wie Körper schädigt: „Die Angst vieler Eltern ist berechtigt: Zu viel Zeit vor dem Bildschirm wirkt sich negativ aus auf Konzentration, schulische Leistungen und soziale Kontakte.“

Seine Faustregel ist strikt: eine halbe Stunde täglich für Vorschulkinder, für 6- bis 10-Jährige maximal eine Stunde, danach höchstens 90 Minuten. Früher hieß es, die Sprache im Fernsehen verderbe die Kinder, erzählt Piëch: „Heute braucht es dort oft gar keine Sprache mehr. Kinder schauen am Bildschirm zu, wie andere Teenager Ballerspiele machen oder Spielzeug in *unboxing videos* auspacken.“

Das Böse im Kinderzimmer ist der Feind des Stefan Piëch, eine Attacke nach der anderen reitet er gegen den übermächtigen Gegner. Plattformen wie Youtube, Netflix, Amazon, die heute das Programm für den Nachwuchs bestimmen: „Algorithmen erfüllen keinen Qualitätsanspruch. Ein Großteil des Konsums auf den Plattformen ist sinnbefreit“, schimpft er und wütet gegen die großen Unterhaltungskonzerne: „Walt Disney selbst hätte Kinder sicher nicht mit so viel Gewalt konfrontiert, er war auch kein Fan von gewaltbereiten Superhelden.“ Die aber verkaufen sich bestens. Das ärgert nicht nur Piëch.

„Krieg ist kein Kinderspiel, 50 explodierende Raumschiffe in einer Folge gehören nicht ins Kinderzimmer“, sagt er, fassungslos, dass Kleinkindern schon „Star Wars“-Episoden vorgesetzt werden. Piëch, ein Familienmensch aus Überzeugung, wehrt sich dagegen. Eine Haltung, die einigermaßen paradox anmutet angesichts seiner Profession: Der Mann handelt mit Kinderfilmen. Und da kommt nun sein Geschäftssinn ins Spiel.

Stefan Piëch, Urenkel des VW-Käfer-Erfinders Ferdinand Porsche, hat sich eine eigene TV-Firma angelacht, die „Your Family Entertainment AG“, die auf einer Bibliothek mit 3500 Halbstundenfilmen sitzt, hochwertige Ware, wie Großaktionär und Vorstandschef Piëch versichert. Fix und Foxi, Urmel aus dem Eis und solche Sachen. Alles hübsch beschaulich, fast aus der Zeit gefallen, jedenfalls ohne Krawall.

2005 hat er das Unternehmen zwischen den Trümmern des Neuen Marktes aufgelesen, gegründet hatte die Firma einst der Spielehersteller Ravensburger. „RTV Family Entertainment“ hieß die dazugehörige heiße Aktie. Sie hat viel Leute viel Geld gekostet. Im Gefolge von EM.TV, dem kurzzeitigen deutschen New-Economy-Star, hatte der Kurs seinerzeit abgehoben, um dann senkrecht nach unten zu stürzen. Von der Klitsche zum Milliardenkonzern und

wieder zurück. Gegenwärtig schwankt die Aktie um die 1,40 Euro.

Reich geworden ist Piëch damit nicht. Das war er schon vorher, als Nachfahre aus dem Porsche-Piëch-Clan. Der berühmteste Mann seines Zweigs war sein Onkel, der voriges Jahr verstorbene geniale Autotechniker Ferdinand Piëch, der gegen Ende seines Lebens radikal gebrochen hat mit Familie wie Konzern. Von ihm stammt der vielzitierte Satz, den er einst im F.A.S.-Interview, geführt bei Tee und Honig in seinem Salzburger Büro, hat fallenlassen: „Diese Erbsengesellschaft widert mich an.“

Seinen Neffen Stefan, inzwischen mit 50 Jahren selbst im reifen Mannesalter angekommen, kann er nicht gemeint haben. Der Mann mit der charakteristisch hohen Piëch-Stirn hat einen recht geradlinigen Weg als Unternehmer hinter sich gebracht, von Schampus und Müßiggang auf dem Sonnendeck dagegen gibt es wenig zu berichten. Stefan Piëch hat eine höchst solide Ausbildung, abgerundet von Dokortitel und diversen Auslandsstationen.

In sogenannten „Bootcamps“, „hochspannenden Studiengängen“, wie er sagt, am MIT in Boston holt er sich den letzten Schliff als Unternehmer. Die eigene Firma diente im Herbst 2019 als Fallstudie an der amerikanischen Eliteuni: Skalierung war das Thema. Volkstümlich ausgedrückt: Wie schaffe ich es, ein Unternehmen groß zu machen? Was sie dort morgens von acht bis nachts um drei theoretisch debattiert haben, setzt er jetzt im harten unternehmerischen Alltag um. Daneben engagiert er sich seit sieben Jahren im Aufsichtsrat der weltweit tätigen „SOS Kinderdörfer“, des „erfolgreichsten Start-ups aus Österreich, 1949 in einer Scheune in Tirol gegründet“, wie er anmerkt, mit 550 Kinderdörfern und zahlreichen weiteren Projekten in 137 Ländern der Welt.

Und natürlich ist Stefan Piëch, qua Herkunft, in die Automobilindustrie reingewachsen. Er ist Aufsichtsrat der Porsche SE, des formellen Machtzentrums der Familie, wo sie als Mehrheitseigentümer den weltgrößten Autokonzern VW steuert, samt dem Dutzend Tochtergesellschaften wie Seat in Spanien. Auch dort sitzt Stefan Piëch im Kontrollgremium. „Faszinierende Autos“, sagt er. Sehr viel mehr sagt er nicht über das Hauptgeschäft der Familie. Es reicht schon, wenn er seinen „kooperativen Führungsstil“ schildert, um zu zeigen, dass da einer anders tickt als mancher der Altvorderen: „Die beste Strategie hilft nichts in einer von Misstrauen und machtbesessenen Zentralismus geprägten Firma.“ So ähnlich klangen die Gründe für den Diesel-Skandal in Wolfsburg. Piëch belässt es bei dieser Andeutung. Betriebsgeheimnisse ausplaudern? Negative Bemerkungen gar über unfähige Manager oder missliebige Verwandte? Nicht mit ihm. Kein Wort über die Interna von Konzern wie Familie. Der Mann ist Profi. Erst mal gilt es, das eigene Unternehmen voranzubringen, das ist die Basis für vieles Weitere. Der Ehrgeiz des Stefan Piëch kennt noch Ziele. Er ist nun mal der älteste Sohn von Hans Michel Piëch, der gegenwärtig gemeinsam mit Wolfgang Por-



Stefan Piëch, Urenkel des Käfer-Erfinders Ferdinand Porsche, ist Chef und Großaktionär von „Your Family Entertainment“. Foto Gerry Frank

sche das Amt als Sprecher der Familie versieht. Die beiden Cousins sind die oberste Instanz im Clan, im Gleichschritt nähern sie sich dem 80. Lebensjahr, die Übergabe an die nächste, die vierte Generation ist still und leise im Schwange.

Erfolge mit der eigenen Firma sind für Piëchs Ambitionen dabei sicher förderlich. Seit kurzem ist er nicht mehr allein im Vorstand seiner „Your Family Entertainment AG“, er hat sich Profis zur Verstärkung geholt. Bernd Wendeln, sein Vorstandskollege, stand zuvor bei Pro Sieben unter Vertrag. „Ich komme ursprünglich aus dem Private-Equity-Umfeld“, sagt der Manager, er hat bei Tele München als rechte Hand von Herbert Kloiber gearbeitet, sich um Streaming und Geschäftsentwicklung gekümmert. Im Sommer 2019 hat er schließlich Stefan Piëch kennengelernt, und dort angeheuert. „Wir haben sehr große Filmbibliotheken, die wir weltweit verwerten.“ Der Lizenzhandel ist Kerngeschäft.

Denn nicht die TV-Unterhaltung an sich ist zu ächten, so das Credo Piëchs. Es kommt darauf an, was und wie lange die Kinder schauen: „Gutes Fernsehen vermittelt Werte und Kreativität.“ Dafür kämpft er mit seiner Firma, mit Fix und Foxi, mit Ric, dem Raben und dem Personal aus den Kinderbüchern von Enid Blyton. Dabei hilft ihm der Trend im Filmgeschäft, rund um Figuren aus Büchern Serien zu bauen, ganze Welten um sie herum zu erfinden. Dazu werden sogar uralte Show-Helden wie Pan Tau oder der Pumuckl neu entdeckt. Deren Prominenz reduziert die Wahrscheinlichkeit eines Flops. Eine Zauberformel für den garantierten Hit, die „gibt es nicht“, erläutert Piëch. Das schafft kein Big Data, kein Netflix oder Amazon, selbst wenn die Filme und Serien dort gemäß dem Muster von Erfolgsmerkmalen konstruiert werden. Die Unterhaltungsbranche haben die Internetgiganten in jedem Fall revolutioniert.

Wenn die Managerelite an den Business Schools über Disruption redet, dann hat Stefan Piëch das am eigenen Leib erlebt; in der Autobranche, wo Tesla eingebrochen ist, im Showbusiness noch mehr. „Die Filmindustrie wurde geneflixed“, sagt Piëch. „Streaming ist ein Megatrend, Kinder wachsen nicht mehr mit linearem Fernsehen auf.“ Die Sehgewohnheiten haben sich geändert, das gute alte, klassische Fernsehen ist schwer in der Defensive. Alle versuchen sie jetzt gegenzuhalten mit eigenen Streaming-Plattformen, die Privaten wie RTL oder Pro Sieben ebenso wie die öffentlich-rechtlichen Sender mit ihren Mediatheken.

Stefan Piëch wittert darin eine Chance, einen weiteren Vertriebskanal für seine durchgängig „kidsfähigen“ Inhalte: „Kein Horror, kein Krieg. Filme und Serien mit sehr viel Liebe und Handwerkskunst gemacht, nicht schnell von der Stange weg produziert. Wir sitzen auf einem Riesenschatz.“

Die Produktionskosten beliefen sich einst auf 1,2 Milliarden Euro, die Anschaffung wurde für 118 Millionen Euro in den Büchern aktiviert, jetzt steht noch ein Restbuchwert von 16 Millionen Euro in der Bilanz. Da klafft offenkundig ein Loch, sofern man die Ware nicht für verdorben hält. Für die Börse übersetzt, heißt das: In der Aktie steckt Kursphantasie, wie das Management nahelegt. Über Jahre waren Abschreibungen auf den Bestand nötig, diese permanente Wertberichtigung nach unten ist nun beendet. „Wir stehen an einem Wendepunkt“, sagt Piëch wacker, nach manchem Rückschlag sei nun der Zeitpunkt anzugreifen. Er selbst ist mit 68 Prozent am Unternehmen beteiligt, im Moment läuft eine Kapitalerhöhung, die neue Investoren gewinnen soll.

Dafür ringt der Unternehmer mit dem Wiener Zungenschlag selbst der Corona-Pandemie geschäftsfördernde Aspekte ab: Der TV-Konsum in den Familien wächst. Und die Eltern, gefesselt im Homeoffice, bekommen zwangsläufig besser mit, was da in den Kinderzimmern alles flimmert. „Das ist eine Chance für uns als Gegenprogramm. Unsere Filme und Dokus können Eltern ihre Kinder guten Gewissens anschauen lassen.“ Dabei sieht er seine Firma nicht nur als Maschine, um Gewinne zu produzieren, sondern umschreibt sein Tun mit „Impact Investing“: Investieren, um Einfluss zu nehmen auf den Lauf der Welt, Geld ausgeben, um die Welt ein bisschen besser zu machen. „Unsere Aktie gehört ins Musterdepot für grüne Anleger“, sagt Piëch. Seine Inhalte beständen den Humanismus-TÜV, betont er, sie entsprächen den relevanten ESG-Kriterien der Vereinten Nationen. Keine Frage, Piëchs Anspruch ist klar: Er gehört zu den Guten.

DER MENSCH

Stefan Piëch, 1970 in Wien geboren, studiert Film- und Medienwissenschaften sowie Betriebswirtschaftslehre an der Universität Stirling in Schottland. 1999 schreibt er in Klagenfurt seine Dissertation; eine „kommunikationstheoretische Analyse der Filmindustrie“, so der Titel. Aus den Trümmern der New Economy kam er 2005 die Filmgesellschaft „Your Family Entertainment“, bei der er als Großaktionär wie Vorstandschef einsteigt. Seither pendelt er zwischen München und Wien, wo seine Familie mit vier Kindern lebt. Stefan Piëch ist ehrenamtlicher Aufsichtsrat der SOS-Kinderdörfer, außerdem sitzt er im Kontrollgremium der Porsche SE sowie der spanischen VW-Tochtergesellschaft Seat.

DER CLAN

Käfer-Erfinder Ferdinand Porsche (1875 bis 1951) legte den Grundstein für den Porsche-Piëch-Clan wie für Volkswagen, was irgendwie eins ist. Seine Nachfahren halten heute mehr als die Hälfte der Anteile an dem Automobilkonzern mit einem Dutzend Marken und Hunderttausenden Mitarbeitern. Aktuelle Oberhäupter der Familie sind Wolfgang Porsche, Jahrgang 1943, und Hans Michel Piëch, Jahrgang 1942, der Vater von Stefan Piëch. Machtzentrum des Clans ist die Porsche-Holding in Stuttgart, wo die nächste, also die vierte Generation mit vier Personen vertreten ist.

Auch die Rechte an Fix & Foxi gehören Stefan Piëchs TV-Firma. Foto dpa

