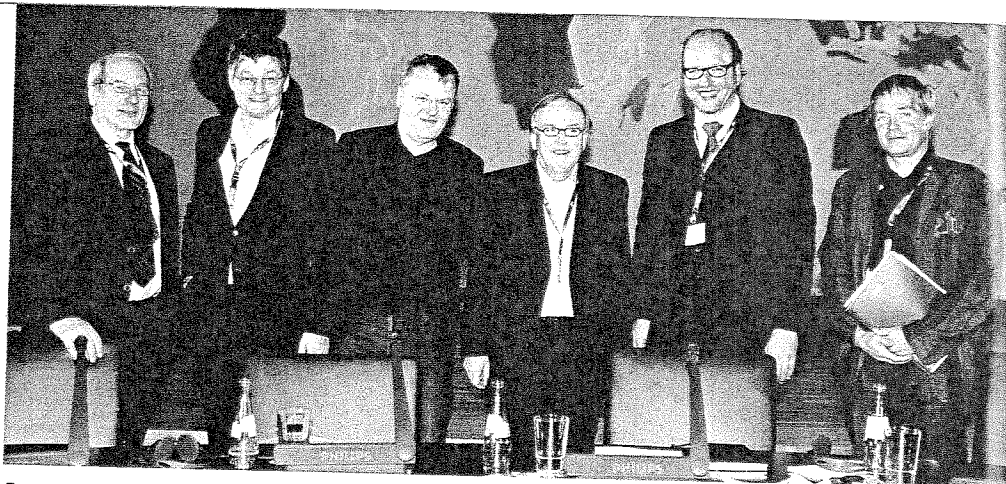


Berlin – Beim sechsten „European Television Dialogue“ standen nicht nur die TV-Märkte Mittel- und Osteuropas im Mittelpunkt, es wurden auch Fragen nach Bildsprache und Ästhetik des Fernsehens beantwortet.



Expertenrunde: Reinhard Klimmt (Chairman), Matthias Matussek (Spiegel), Stefan Ruzowitzky, Fritz Raff (ARD-Vorsitzender), Alexander van Dülmen (Vorstand A Company) und Janis Kalejs (Filmemacher)

Ost-West-Medienkonferenz deckt Potenziale auf

# Geschickt die Jugend umgarnen

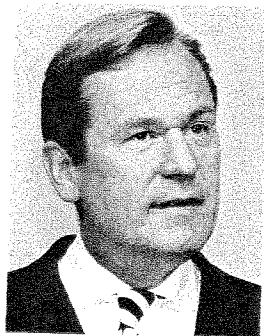
Eröffnet wurde die sechste Auflage der Ost-West-Medienkonferenz am 20. November in Berlin von Peter Ammon, Staatssekretär im Auswärtigen Amt. Rund 200 Besucher waren ins Auswärtige Amt gekommen, um sich über die neuesten Entwicklungen der Fernsehmärkte in Mittel- und Osteuropa zu informieren. Frank Mackenroth von der Beratungsfirma PricewaterhouseCoopers machte deutlich, dass in den besagten Ländern mit Printmedien zwar mehr umgesetzt werde, Fernsehen aber einen größeren Einfluss auf die Gesellschaften habe. Allerdings kämpften auch die Sender dort mit einer steigenden Po-

pularität des Internets und mit einer damit einhergehenden Verschiebung in der Mediennutzung zuungunsten traditioneller Medien. Außerdem, so der Berater, dürfte die gegenwärtige Finanz- und Wirtschaftskrise einige osteuropäische Staaten stärker treffen als das übrige Europa. Auf die Frage, wie das Fernsehen auch in Zukunft das Leitmedium für Jugendliche bleiben könne, antwortete der ARD-Vorsitzende Fritz Raff ratlos: „Diese Frage treibt uns genauso um!“ Innerhalb der ARD habe eine Arbeitsgruppe zu dem Thema Lösungsvorschläge erarbeitet. Details wollte Raff nicht verraten, deutete jedoch an: „Wir

müssen uns von unseren klassischen Programmideen lösen.“ In Tschechien entwickelt der Marktführer TV Nova derzeit eine umfangreiche Internetstrategie, um jugendliche Nutzer anzusprechen, wie Petr Gottwald, Leiter Programmplanung von HBO Tschechien ausführte. Eine wachsende Bedeutung für Fernsehender hat das Musikgeschäft. „Die Sender positionieren sich als komplementäre Faktoren des Musikmarketings und -vertriebs“, erklärte Hartwig Mausch, Geschäftsführer der BMG Rights Management GmbH, und ergänzte: „Die größte Musikfirma in Deutschland ist nicht ein Plattenlabel, sondern Pro Sieben.“ Für Helge Sasse, Vorstandsvorsitzender von Senator Entertainment, ist Emotionalität ein wesentlicher Teil des Erfolgs von Castingshows. Kritik übte Sasse an der „Pseudo-Ästhetisierung der Musik durch das Fernsehen“, wodurch bestimmte Musikrichtungen vernachlässigt werden würde, was besonders bei den beiden öffentlich-rechtlichen Sendern ARD und ZDF zu beobachten sei. *stei*

## Springer an Sat.1 interessiert

Berlin/München – Axel Springer hat Interesse an ProSiebenSat.1 bekundet. Bei einer Analystenkonferenz in Barcelona sagte Verlagschef Mathias Döpfner zu einer Übernahme des TV-Konzerns, das sei „eine Möglichkeit, aber keine Notwendigkeit“, schreibt das Magazin „Der Aktionär“. Springer wollte ProSiebenSat.1 bereits 2005 übernehmen, wurde aber vom Bundeskartellamt gestoppt. Die neuen Kaufabsichten begründet Döpfner mit einer veränderten Haltung in der Politik



Mathias Döpfner

gegenüber Finanzinvestoren. ProSiebenSat.1 wird von den Private-Equity-Unternehmen KKR und Permira kontrolliert. „Das war nicht wirklich zum Nutzen der Vermögenswerte und zum Nutzen des Wettbewerbs in der deutschen Medienlandschaft“, so Döpfner weiter. In der Branche gilt die gescheiterte Übernahme von ProSiebenSat.1 durch Springer inzwischen als vertane Chance. Petra Müller, GF Medienboard Berlin-Brandenburg, sagt dazu: „Die kartellrechtliche Ent-

scheidung gegen die Springer-Übernahme von Sat.1 erscheint spätestens jetzt in einem wirklich traurigen Licht.“ Bei einem Treffen zwischen ProSiebenSat.1-Unternehmensspitze und dem regierenden Bürgermeister von Berlin, Klaus Wowereit, am 20. November soll es um die Rückforderung von 8,6 Mio. Euro Subventionen gehen. Der Senat soll derzeit versuchen, dem TV-Konzern eine Zusage abzurufen, dass bestimmte Produktionsvolumina für Shows, Nachrichten und Fiktion in der Hauptstadt bleiben und nicht etwa nach München abgezogen werden, heißt es aus Verhandlungskreisen. Gewerkschaftlich organisierte ProSiebenSat.1-Mitarbeiter am Berliner Standort haben inzwischen eine Tarifkommission gewählt. *ak/stei*