

ZEITSCHRIFTEN

„Darf ich ihn schlagen?“

Eigens für ihre Profispieler hat die britische Fußballgewerkschaft ein Magazin herausgegeben: „The Players' Journal“. Das Blatt ist vor allem für die Werbewirtschaft attraktiv, denn die



Sport-Magazin

über tausend Profikicker haben sich 1998 über eine Milliarde Mark erspielt. Entsprechend zielgruppengerecht sind die Anzeigen: Sportwagen, Charter-Yachten, Urlaubsvillen in Portugal. Um Leser wie Alan Shearer von Newcastle

United zu erreichen (Jahreseinkommen: über 50 Millionen Mark), geben die Anzeigenkunden gern 14 500 Mark pro Seite aus. Ansonsten bietet das ab jetzt zweimonatlich erscheinende Blatt berufsbezogene Lebenshilfe: alles über die Achillessehne. Allein fünf Seiten informieren über den richtigen Umgang mit aufdringlichen Journalisten (Überschrift: „Darf ich ihn schlagen?“) – und warnen vor den Rechtsfolgen. Für die Anzeigenakquisiteure ist der neue Titel ein voller Erfolg: Die nächsten beiden Hefte sind bereits ausgebucht.

MULTIMEDIA

Promis investieren

Pro-Sieben-Chef Georg Kofler, 41, übernimmt als Privatmann rund drei Prozent der Hamburger Multimedia-Agentur Kabel New Media – einem Rivalen der eigenen Multimedia-Tochter Pro Sieben Digital Media, die ebenfalls als Internet-Agentur für Firmen auftritt.



Kofler

Inhaber Peter Kabel will im Herbst an die High-Tech-Börse Neuer Markt; Fernsehmann Kofler sei wie „andere Prominente am Kapital beteiligt“, sagt er. Insgesamt hat Kabel zehn Investoren („Business Angels“) an der Hand, die rund 25 Prozent halten. Für einen Börsengang von Pro Sieben Digital Media hingegen gibt es Planspiele, derzeit aber „keine konkreten Absichten“, sagt ein Sprecher.

INTERNET-TELEFONIE

Bertelsmann steigt aus

Der Bertelsmann-Vorstoß ins Telefongeschäft ist abgeblasen. Das erst Ende Oktober 1998 nach einjähriger Vorbereitung mit einigem Werbeaufwand eingeführte Produkt „Callas“ steht zum Verkauf. Bertelsmann-Chef Thomas Middelhoff hält Telefondienste inzwischen nur noch für einen „kleinen Sektor“ im Internet-Geschäft, der E-Mails nicht ersetzen könne; sein Konzern wolle sich vielmehr auf den Ausbau des europäischen Online-Geschäfts

und des elektronischen Handels (E-Commerce) konzentrieren. Zudem beruhigt Bertelsmann mit dem Ausstieg die Deutsche Telekom, die über den „Callas“-Start sehr verärgert gewesen war. Es gibt ohnehin genug Streit zwischen den beiden Häusern – wegen des Online-Geschäfts. So hat AOL Bertelsmann beim Hamburger Landgericht eine einstweilige Verfügung gegen den geplanten Minutenpreis von sechs Pfennig von T-Online beantragt, unter anderem wegen „Behinderungsmissbrauch“ im Wettbewerb. Stimmt das Gericht in dieser Woche zu, muß T-Online seine Billigoffensive fürs erste umgestalten.

FERNSEHEN

Aus für den Pannemann

Dem neuen Kurs bei RTL fällt eine der ältesten Sendungen des Privatsenders zum Opfer. Die quotenschwache Verbrauchersendung „Wie bitte?“ mit Moderator Geert Müller-Gerbes, der sich selbst als „Robin Hood des Fernsehens“ sieht, wird eingestellt. Das teilte der Produzent Endemol der Redaktion mit. Die zwei letzten Sende-termine verlegt Senderchef Gerhard Zeiler vom Samstagabend – dort plappert künftig Verona Feldbusch mit „Veronas Welt“ – voraussichtlich auf Freitagnacht, 1.15 Uhr. Das sei „eine der besten Sendungen gewesen, die RTL ausgestrahlt hat“, sagt Müller-Gerbes:

„Wenn die Programmdirektion in ihrer unendlichen Weisheit beschließt, sie abzusetzen, habe ich das nicht zu kommentieren.“ Bei Werbekunden ist das Format, das in diesem Jahr in der Spitze 8,4 Prozent Marktanteil erreichte, unbeliebt; schließlich führt „Wie bitte?“ regelmäßig einen serviceschwachen Unternehmer als „Pannemann“ vor – Alltours, Mitsubishi und HUK-Coburg wurden beispielsweise fürs Jahr 1998 mit dem Oscar-Imitat „Goldener Pannemann“ dekoriert. Zudem hadert der Luxemburger RTL-Eigentümer CLT-Ufa generell mit Endemol. Das jährliche Auftragsvolumen für den TV-Produzenten, der RTL einst exklusiv mit Shows belieferte, will CLT-Ufa von 60 Millionen Mark auf rund 30 Millionen kürzen. Nur auf Hits wie „Traumhochzeit“ und die Serie „Die Wache“ ist RTL-Chef Zeiler scharf.



Müller-Gerbes (mit Redaktionsteam)

THOMAS & THOMAS