MEDIENDESIGN

Münchner Optik fürs Morgenland

In geheimer Kommandosache hat die Münchner Agentur Velvet Mediendesign den arabischen Nachrichtensender al-Dschasira einer optischen und akustischen Generalüberholung unterzogen – seit diesem Sonntag ist der in Qatar ansässige Kanal in dem in Bayern ausgeheckten Design auf Sendung. Al-Dschasira wurde vor allem mit seinen umstrittenen Exklusiv-Ausstrahlungen von Bin-Laden-Videobotschaften bekannt und erreicht bis zu 45 Millionen Zuschauer vor allem im Mittleren Osten, Asien und Afrika. Vorgabe der al-Dschasira-Manager sei gewesen, das lokale Image des Senders abzulegen und ihn optisch und technisch auf internationales Niveau und in eine Liga mit CNN und BBC World zu bringen, so Velvet-Marketing-Direktor Andreas Fuchs. Nicht verhandelbar seien lediglich das güldene Logo und der Claim (übersetzt etwa: „Meinung und Gegenmeinung“) gewesen. Die Agentur beschreibt ihr Design als „sehr westlich orientiert mit landestypischen Elementen“. Das mit modernster Licht- und Kameratechnik ausgestattete neue Studio wurde in zwei Frachtflugzeugen von München nach Doha geschafft.

VELVET MEDIENDSIGN

Neues al-Dschasira-Design

JAN ROEDER

Kofler

PAY-TV

Nur noch rosa Zahlen

Eher gemischte Gefühle wird Premiere-Chef Georg Kofler bei seinen Mit-Investoren von der Beteiligungsgesellschaft Permira auslösen, wenn er am Dienstag offiziell das Jahresergebnis für 2003 verkündet: Bei den Abonnenten hat er sein Jahresziel von 2,902 Millionen um 6000 übertroffen, der Verlust vor Steuern und Abschreibungen (Ebitda) wird zwischen 10 und 15 Millionen Euro liegen – nach einem Minus von 340 Millionen im Vorjahr und 880 Millionen im Jahr 2001 also eher rosa als tiefrote Zahlen. Allerdings lief das Weihnachtsgeschäft deutlich schwächer als erhofft, was Kofler der „derzeitigen katastrophalen Konsumabneigung in Deutschland“ zuschreibt. Und auch die aufwendige und teure Anti-Piraterie-Aktion im Herbst, bei der Premiere sein Verschlüsselungssystem umstellte, hat noch nicht den erwünschten Erfolg gebracht. Die Schwarzseher seien noch nicht in Scharen zu legalen Kunden geworden, so Kofler. Tatsächlich lassen sich bislang nur 10 000 bis 20 000 Neu-Abonnements auf die Umstellung zurückführen – intern war mit einer deutlich sechsstelligen Anzahl zwangsbekehrter Schwarzseher gerechnet worden. Auch die Erfolgsmeldung aus dem dritten Quartal 2003, als Premiere erstmals in der Sendergeschichte im operativen Geschäft Gewinne vermeldete, kann Kofler nicht wiederholen: Im vierten Quartal rutschte der Bezahlsender operativ wieder ins Minus. Dennoch gibt sich Kofler zuversichtlich: Der Netto-Zuwachs von 311 000 Abonnenten im Jahr 2003, so der gebürtige Südtiroler, sei „der höchste der Sendergeschichte“.

MODERATOREN

Gelbe Karte für Jens Riewa

Der NDR droht dem „Tagesschau“-Sprecher Jens Riewa mit dem Rauswurf. Der Hintergrund: Riewa hatte am 25. Januar bei einem Bundesliga-Eishockeyspiel zwischen dem ERC Ingolstadt und den Iserlohn Roosters plötzlich das Mikrofon des Stadionsprechers ergriffen und den Schmähgesang „Scheiß Iserlohn …“ angestimmt. Ordner mussten daraufhin die wutentbrannten Iserlohner Fans bändigen und eine Massenschlägerei unter den rund 4000 Zuschauern verhindern. Zwar entschuldigte sich Riewa drei Tage später, der NDR hat seinem Nachrichtenmoderator aber trotzdem eine „klare gelbe Karte“ gezeigt. „Jens Riewa ist deutlich gemacht worden: Wenn er ‚Tagesschau‘-Sprecher bleiben will, dürfen sich solche Entgleisungen nicht wiederholen“, so NDR-Fernsehdirektor Jürgen Kellermeier. Im Sommer 2002 war der Moderator vom NDR schon einmal auf Bewährung gesetzt worden: Riewa hatte sich in „Bild“ über die Schlagersängerin Michelle ausgelassen und sie als „Granate im Bett“ bezeichnet.

UWE ERNST / ARD AKTUELL / NDR

Riewa