



Geplantes RTL-Format „Fear Factor“, Balz-Show „Bachelor“: „RTL ist das Bayern München des Fernsehens“

SPIEGEL-GESPRÄCH

„Geht das Abendland unter?“

RTL-Chef Gerhard Zeiler, 48, über die öffentlichen Debatten zu seinem umstrittenen TV-Experiment „Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!“, den neuen Hang zum Trash-Fernsehen und die Grenzen der Unterhaltung

SPIEGEL: Herr Zeiler, mit zwölf Tagen Dschungel-TV und den Nachklapp-Talksendungen aus dem komfortablen RTL-„Extra“-Studio in der vorigen Woche haben Sie den ganzen Januar über Quoten, Schlagzeilen und die öffentliche Debatte bestimmt. Nur einer hat bislang zum Thema geschwiegen: Sie. Aus Scham?

Zeiler: Wofür sollte ich mich schämen? RTL hat dank „Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!“ gerade einen sensationell erfolgreichen Januar verbucht.

SPIEGEL: Wie man's nimmt. Die Medienwächter haben die Show für grenzwertig befunden, und laut einer aktuellen Studie haben Kakerlaken, Spinnen und Hackebeil dem Image von RTL als Familiensender schweren Schaden zugefügt.

Zeiler: Nun ja, über derlei Studien kann man sicher ebenso diskutieren wie über „Ich bin ein Star ...“. Wir jedenfalls sind der festen Überzeugung, dass die Sendung RTL genützt hat. Und Sie glauben doch nicht wirklich, dass solche Formate bei RTL einfach so passieren. Wir diskutieren das mit allen potenziellen Vor- und Nachteilen

vorher durch. Und natürlich gab es auch Stimmen dagegen.

SPIEGEL: Das heißt, Sie haben es gegen interne Widerstände durchgesetzt?

Zeiler: Es gab keine Widerstände. Unsere Strategie war, gleich Anfang des Jahres mal zu demonstrieren, wo RTL wirklich steht. Es gab in den letzten Monaten vor allem in der veröffentlichten Meinung eine Tendenz, die sagte, wir würden uns auf unserer Marktführerschaft ausruhen und schwächeln. Mit



PAUL SCHIRHÖFER / RTL

RTL-Chef Zeiler

„Ab und an Aufreger produzieren“

„Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!“ wollten wir allen zeigen, dass RTL der Sender in Deutschland ist, der Events schafft, über die man spricht. Und das ist gelungen.

SPIEGEL: Der öffentliche Aufschrei über Ekel-TV, Menschenhutz und Folter-TV war also von vornherein kalkuliert?

Zeiler: Bei solchen Begriffen hört für mich der Spaß auf. Wir foltern niemanden. Und wer behauptet, wir hätten einen römischen Unterhaltungsbegriff, dem kann ich nur sagen: Lernen Sie Geschichte! In den Arenen ging es um Leben oder Tod. Das kann man doch wirklich nicht vergleichen, und das sollte man auch nicht tun.

SPIEGEL: Es scheint aber so, als würden Sie RTL programmlich gerade ein Niveau tiefer legen: Man denke an den Zickenterror von „Bachelor“, dem bei Ihren ehemaligen ORF-Kollegen in Österreich schon die Absetzung drohte, und aktuell die feuchten „Schulmädchen“-Träume.

Zeiler: Beides ist pure Unterhaltung. Beides hat Erfolg. Beides ist hochglanzverpackt und durchaus selbstironisch. Und RTL hat ja nicht nur das. Wir entwickeln viele Fiction-Programme. Mit der Produktionsfirma „teamworx“ bringen wir noch im Frühjahr die weekly Dramaserie „Verschollen“ ins Programm. Gemeinsam arbeiten wir an ei-

Das Gespräch führten die Redakteure Marcel Rosenbach und Thomas Tuma.



Quotenbringer Dschungel-TV: „Ganz und gar familientauglich“

nem Event-Zweiteiler über die Sturmflut von 1962. Wir entwickeln zurzeit mehr als 20 Sitcoms. RTL ist der Sender von „Bachelor“ wie von „Abschnitt 40“, von Peter Kloeppel und „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“. Unser Programm heißt Vielschichtigkeit. Und was Kritik anbelangt – um es plakativ zu sagen: RTL ist das Bayern München des Fernsehens. Als Nummer eins sind wir der Reibebaum der Kritik. Ich zerfließe da nicht in Selbstmitleid. Im Gegenteil: Darauf können wir sogar stolz sein. Sorgen müssten wir uns eher machen, wenn über uns nicht mehr geredet werden würde. Erfolgreich zu sein und dafür auch noch von allen geliebt werden – das geht nun mal nicht.

SPIEGEL: In den USA haben Sie kürzlich „Fear Factor“ gekauft, das den Kandidaten noch weit widerlichere Mutproben abverlangt und von den Medien dort unisono zerrissen wurde. Wird der Kampf härter?

Zeiler: Die deutsche Version, die wir selbst produzieren, wird eher sportlichen Charakter haben. Aber wir wissen noch nicht

einmal, wann und wie wir es genau machen werden.

SPIEGEL: Erst mal pressen Sie nun weidlich die Dschungel-„Stars“ aus. Verdient RTL noch mit, wenn jetzt Dschungel-CDs, -Tagebücher und -Touneen geplant werden?

Zeiler: So abgefeimt sind wir nicht. Wir bringen gerade eine CD mit allen zehn Kandidaten auf den Markt. Darüber hinaus gönne ich allen jeden Euro, den sie mit dem Experiment noch verdienen können.

SPIEGEL: Sind Sie nicht selbst erstaunt, welche Anziehungskraft zehn Semiprominente im Busch-Ambiente entwickelt haben?

Zeiler: Das Format war in England bereits sehr erfolgreich und gewann dort sogar einige Fernsehpreise. Auch wir haben an den Erfolg geglaubt. Aber dass es in Deutschland derart für Furore sorgen würde, hätte nicht einmal ich gedacht.

SPIEGEL: Können Sie sich den Erfolg wenigstens im Nachhinein erklären?

Zeiler: Erster Faktor: die Gruppendynamische Versuchsanordnung in einem anderen kulturellen Umfeld – das hatte ja etwas

von einem soziologischen Experiment. Zweitens: die Schlüsseloch-Perspektive. Drittens: eine gewisse Schadenfreude. Viertens: der Seifenopern-Charakter. Fünftens: die Comedy-Elemente, die bei uns sehr viel stärker waren als im englischen Original.

SPIEGEL: Sie meinen die Tatsache, dass RTL die Verhöhnung der Kandidaten gleich selbst übernahm?

Zeiler: Moment, wir haben niemanden zum Abschluss freigegeben. Auch ironische Moderationen sind nichts Neues. Und wer sich bei uns am lautesten aufregte, klopfte sich früher bei Harald Schmidt am wildesten auf die Schenkel. Fast alle unsere Kandidaten kamen mit positiven Sympathiewerten aus dem Dschungel zurück. Alle sind stärker geworden. Ich

akzeptiere völlig, wenn jemand sagt: Das ist nicht mein Geschmack. Aber das Format ist nicht radikal, sondern mehrheitsfähig. Sonst hätten wir in der Spitze wohl kaum über zehn Millionen Zuschauer erreicht. Mit extrem hartem Programm könnten Sie das gar nicht schaffen. Das Dschungel-Camp war ganz und gar familientauglich.

SPIEGEL: Hätten Sie Ihre siebenjährige Tochter zuschauen lassen?

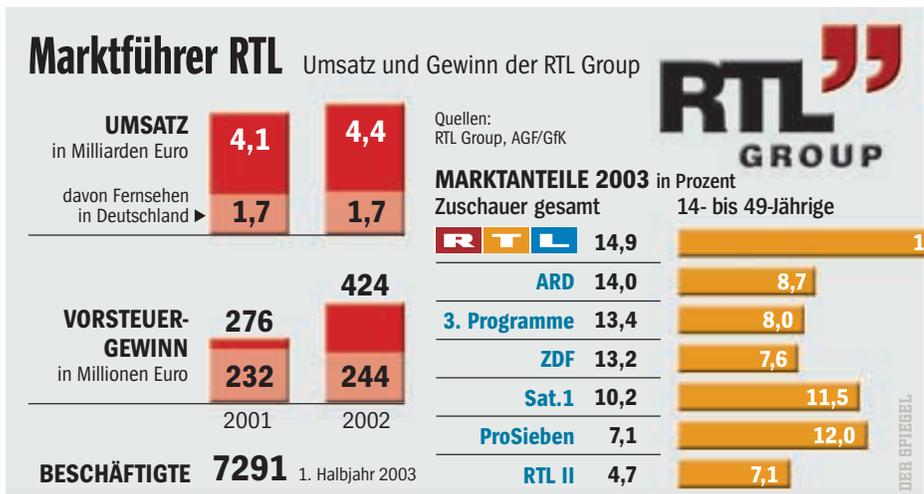
Zeiler: Warum nicht, wenn es zu einer anderen Sendezeit käme? Schauen Sie sich an, was die Kids bei „Jackass“ auf MTV sehen. Dagegen sind wir Waisenkinder. Aber ich möchte gar nicht über andere sprechen. Wir sind ein Familiensender, aber zur Familientauglichkeit von RTL gehört eben auch, dass wir ab und an Aufreger produzieren. Das ist zwar nur ein Pfeiler unserer Marke, aber ein wichtiger. Selbstverständlich gibt es bei uns Grenzen, die wir nicht überschreiten dürfen und wollen.

SPIEGEL: Welche?

Zeiler: Wir würden nie Shows machen, die lebensgefährlich sind. Wir achten die Menschenwürde. Sicher gab's auch bei uns schon Dinge, die nicht so liefen, wie wir uns das vorstellten. Aber zu „Ich bin ein Star ...“ stehen wir uneingeschränkt.

SPIEGEL: Werner Böhm kroch wie geteert und gefedert aus einem „Tunnel des Grauens“, in dem er mit Spinnen, Kakerlaken und Aalschleim überschüttet wurde. Darf man sich als Sender immer auf das Argument zurückziehen, niemand werde zu solchen Aktionen gezwungen?

Zeiler: Die Konfrontation mit irgendwelchem Getier gab's im Fernsehen schon bei „Wünsch Dir was“ im öffentlich-rechtlichen Fernsehen vor 30 Jahren. Das ist gar nicht neu. Und ich hätte zumindest einen Hauch von Verständnis, wenn wir diese Aufgaben „normalen Menschen“ zugemutet hätten. Aber unsere Kandidaten sind



Medienprofis. Die wussten genau, was sie tun ...

SPIEGEL: ... nur nicht, wie es vermittelt wird. Moderator Dirk Bach quietschte danach, Böhm sehe aus „wie Bibi in der Mauser“...

Zeiler: ... und er meinte das durchaus liebevoll. Viele der Kandidaten wurden dafür von den Zuschauern ins Herz geschlossen, dass sie sich in Australien ein bisschen zum Kaschperl gemacht haben.

SPIEGEL: Gehört die Zukunft Leuten wie dem 18-jährigen Daniel Küblböck, die schon in der Gewissheit aufwachsen, nur dann ein Star zu werden, wenn sie sich regelmäßig zum Affen machen lassen?

Zeiler: Ach wo! Sie glauben doch nicht im Ernst, dass das Publikum für Lisa Fitz oder Werner Böhm jetzt Eintritt zahlt, weil die irgendwelche Mutproben im Fernsehen hinter sich haben. Wenn die sonst nichts könnten, würden sie nicht schon so lange auf der Bühne stehen.

SPIEGEL: Küblböck ist ein Prominenten-Produkt aus Ihrem Retorten-Labor „Deutschland sucht den Superstar“. Er konnte schon dort nicht singen, macht aber seither fast alles mit, um im Gespräch zu bleiben.

Zeiler: Mag sein, dass es brillantere Sänger gibt. Andererseits hat er gezeigt, dass er ein außergewöhnlicher Entertainer ist. Vielleicht hat er da eine noch größere Karriere vor sich.

SPIEGEL: Wäre der Publikumserfolg der Dschungel-Show auch dann so groß gewesen, wenn „Bild“ sie nicht zwei Wochen lang mit Schlagzeilen dekoriert hätte?

Zeiler: Mir geht's da wie manchen Politikern: Manchmal freu ich mich über die Schlagzeilen, manchmal würde ich das Blatt gern auf den Mond schießen.

Wäre die Show schlecht, würde „Bild“ jedenfalls nicht einsteigen. Dann bräuchte auch alle Werbung nichts. Es gibt da keinerlei Vereinbarungen.

SPIEGEL: Vor der zweiten Staffel von „Deutschland sucht den Superstar“ soll es zum Streit gekommen sein: „Bild“ wollte angeblich am Hotline-Geschäft mitverdienen. Sie sollen abgelehnt haben. Was ist an den Gerüchten dran?

Zeiler: Nichts.

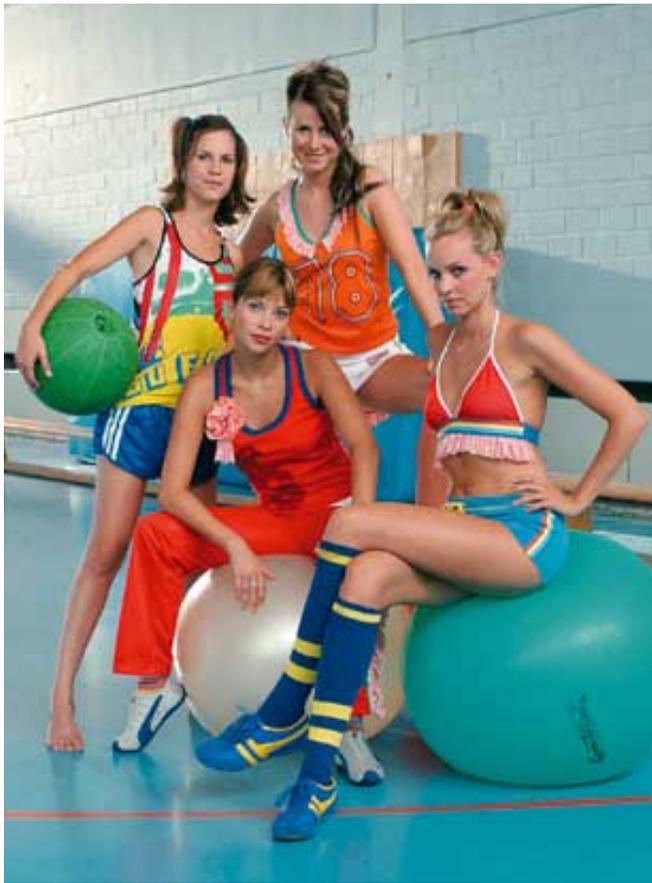
SPIEGEL: Es war zumindest erstaunlich, dass das Blatt die zweite Staffel der Show dann entweder madig machte oder ignorierte, was fast noch schlimmer ist.

Zeiler: Die Debatte wird jetzt wirklich lustig, weil ich hier den „Bild“-Chefredakteur spielen soll. Für den zählt letztlich nur eins: Die Schlagzeilen zu machen, die

ihm am meisten Leser bringen. Im Übrigen ist RTL selbst kampagnenfähig. Wie „Bild“ für die Presse sind wir fürs Fernsehen Marktführer auf dem Boulevard. Wenn wir was machen, machen wir's richtig. Dann ziehen wir so ein Format durch unser komplettes Programm, von „Explosiv“ bis „Extra“.

SPIEGEL: Was bringt das Hotline-Geschäft eigentlich?

Zeiler: Davon können Sie so etwas wie „Ich bin ein Star ...“ noch nicht bezahlen. Die Telefon-Abstimmungen steuern einen eher kleinen Beitrag zu den Produktionskosten bei ...



RTL-Serie „Schulmädchen“: „Andere Länder sind kreativer“

SPIEGEL: ... die angeblich bei über 600 000 Euro pro Folge lagen. Eine Menge Geld.

Zeiler: Es war deutlich weniger, aber es war keine billige Show ...

SPIEGEL: ... was umso riskanter war, weil die Werbewirtschaft nur sehr zögerlich ansprang.

Zeiler: Hätten wir nur auf die Ökonomie des Formats geschaut, wären wir ja nie im Januar damit rausgekommen, der erfahrungsgemäß einer der werbeschwächsten Monate überhaupt ist. Und was ist passiert? „Ich bin ein Star ...“ zog das komplette Programmfeld nach oben. Das „Nachtjournal“ zum Beispiel hatte doppelt so viel Zuschauer wie sonst. Eine gigantische Werbeleistung. Selbst wenn der eine oder andere Kunde auch bei der zweiten Staffel zögern sollte, wird er in die Pro-

gramme davor oder danach gehen wollen. Wirtschaftlich war die Show das Beste, was uns passieren konnte.

SPIEGEL: Die großen Show-Ideen – egal ob „Superstar“, „Big Brother“ oder „Wer wird Millionär?“ – kommen fast immer aus dem Ausland. Fällt RTL zu wenig ein?

Zeiler: Bei uns ist fast alles hausgemacht – Serien, Comedy, Information. Aber bei den Shows gebe ich Ihnen Recht. Das hat damit zu tun, dass andere Länder einfach kreativer sind als Deutschland. Das war immer so und wird auch noch lange so bleiben. Ein Grund dafür ist der entsetzliche Kulturpessimismus hier zu Lande.

Dauernd wird schon im Vorfeld gefragt: Darf man das? Ist unsere Wertegesellschaft bedroht? Geht womöglich das Abendland unter? Holländer, Briten und Amerikaner sind da viel offener. Dort traut man sich auch mehr.

SPIEGEL: Je verbiesterter eine Gesellschaft, umso langweiliger ihr Programm?

Zeiler: Andersrum: Je nonkonformistischer eine Gesellschaft, umso kreativer ihr Fernsehen.

SPIEGEL: Bei Ihrem Mutterkonzern Bertelsmann ist immer viel von Ethik und sozialer Verantwortung die Rede. Hat Sie seit dem Geschrei um „Ich bin ein Star...“ schon Kritik aus Gütersloh erreicht?

Zeiler: Die Eigentümerfamilie Mohn transferiert einen Großteil ihrer Gewinne, zu denen wir einiges beisteuern, in die Bertelsmann-Stiftung, um dort gesellschaftspolitische Projekte anzustoßen. Da ist es wohl legitim, von sozialer Verantwortung und Ethik zu reden. Dass man sich in Gütersloh nicht über jede Zeitungskritik zum RTL-Programm freut, ist verständlich. Aber meine Standortbestimmung für RTL kennt man dort. Und dazu gehört auch gelegentliche Provokation.

SPIEGEL: Wegen ihres Einsatzes im Dschungel-Camp flog Lisa Fitz beim Saarländischen Rundfunk raus und soll nun bei Ihnen aufgenommen werden. Was will RTL mit einer Kabarettistin?

Zeiler: Wir sind kein Sozialwerk. Aber wir lassen auch keinen einfach so fallen. Und Lisa Fitz hat vielfältige Talente. Stellen Sie sich nur mal „Eine schrecklich nette Familie“ auf Deutsch vor: Werner Böhm als Al Bundy, Lisa Fitz als Mutter Peg, Dustin Semmelrogge als Sohn. Wir bräuchten nur noch eine Tochter.

SPIEGEL: Das RTL-Gewächs Jeanette Biedermann als „Dumpfbacke“?

Zeiler: Sie müssen zugeben: So eine Comedy-Serie könnte ein Kracher werden.

SPIEGEL: Herr Zeiler, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.