



Roche

MUSIK-TV

„Schlechtes Fernsehen“

Ex-Viva-Moderatorin Charlotte Roche, 27, über ihr Comeback bei Arte

SPIEGEL: Sie sind für schräge bis brutal-ehrliche Moderationen bekannt und präsentieren am 5. Januar erstmals das Arte-Musikmagazin „Tracks“. Dürfen Sie beim gediegenen öffentlich-rechtlichen Kulturkanal so, wie Sie wollen?

Roche: Das war für mich Bedingung. Ich moderiere ja nur und mache die Beiträge nicht selbst. Da muss ich sagen dürfen, den folgenden Beitrag finde ich bekloppt – und das tue ich auch. Mein Vater ist schon jetzt wahnsinnig stolz. Ich bei Arte, das hätte er nie für möglich gehalten.

SPIEGEL: Die erste Sendung ist schon aufgezeichnet. Was ist bei Arte anders als bei Viva?

Roche: Na ja, „Tracks“ ist ein Magazin mit journalistischen Beiträgen. Meine letzte Show bei Viva war „Fast Forward“, da ging es um Videoclips. Für meine erste Arte-Sendung habe ich Kim Cattrall interviewt und einen Stadtrundgang durch Köln gemacht, um den Zuschauern historische Stätten der Punk-Bewegung zu zeigen, die es ja dort nie gab.

SPIEGEL: Hand aufs Herz: Haben Sie vor Ihrem Wechsel jemals Arte geschaut?

Roche: Selten, zugegeben. Aber ich hatte aus Neugier voriges Jahr und lange vor deren Angebot das Arte-Programm-Magazin bestellt und fand das toll.

SPIEGEL: Bei Viva waren Sie vor einem Jahr in einen Streik getreten, weil Ihre Sendung ständig gekürzt wurde. Gab es nach der Viva-Übernahme durch den MTV-Mutterkonzern Viacom das Angebot weiterzumachen?

Roche: Gab es zuerst. Der Programmchef hat gesagt, ich solle „Fast Forward“ vergessen, aber es gebe da ein „sexy Format“ für mich. Ich wollte mindestens eine Stunde, auch nachts, in der ich spielen kann, was ich will. Die wollte man mir nicht geben. Das war's.

SPIEGEL: Gucken Sie noch ab und zu, was die Ex-Kollegen jetzt so machen?

Roche: Fast nie. Bei schlechtem Fernsehen muss ich immer schnell umschalten.

PAPIERINDUSTRIE

Verlage hoffen auf Alt-Kanzler

Eine interessante „Experten“-Reisegruppe macht sich am Mittwoch auf nach Russland: In Moskau treffen Vertreter der Verlage Axel Springer, Holtzbrinck, WAZ und Madsack auf Banker, Unternehmer und Politiker. Hintergrund der Reise, die auch vom Ost-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft unterstützt wird: Die Verlage wollen von ihren bisherigen Papierlieferanten unabhängiger werden, die zuletzt Kapazitäten verknappten und deutliche Preiserhöhungen ankündigten. Der Papierpreis ist ein zentraler Kostenfaktor für Verlage. Russland verfügt über riesige Fichtenwaldflächen, die Qualität der Papierveredelung entspricht aber nicht hiesigen Standards. Auch deshalb werden bislang nur etwa 150 000 Tonnen nach Deutschland exportiert. Das soll sich ändern. Entweder solle „eine bestehende Papierfabrik um eine neue Maschine – mit ei-

ner Jahreskapazität von etwa 300 000 Tonnen – erweitert“ oder „an geeigneter Stelle eine neue Fabrik gebaut“ werden, heißt es in einem Schreiben des Ost-Ausschusses, das vorigen Montag an Alt-Kanzler Gerhard Schröder übergeben wurde. Von Schröder und seinem Duzfreund im Kreml, Wladimir Putin, erhoffen sich nun auch die Verlage Hilfe, die das Projekt wiederum dem Schreiben zufolge „durch Abnahmevereinbarungen“ beflügeln wollen.



Druckpapier-Rolle

SCHLEICHWERBUNG

ARD rüstet um

Mit Verzögerung lernt die ARD aus ihren eigenen Schleichwerbeskandalen. In letzter Minute startet der Bayerische Rundfunk (BR) gerade eine Rettungsaktion, die einen neuen Imageverlust für die ARD verhindern soll: Nach Protesten aus dem WDR fiel den Münchner Verantwortlichen vergangene

Woche auf, dass der große Gore-Tex-Schriftzug, der die Jacken des ARD-Wintersportteams in dieser Saison zieren sollte, etwas zu auffällig geraten war.

„Nach der Marienhof-Affäre müssen wir jeden Anschein vermeiden“, sagt Albrecht Hesse, Juristischer Direktor des BR. Rechtlich wäre das Sponsoring unbedenklich gewesen, weil die Mitarbeiter die Jacken nachher erwerben sollten, so Hesse: „Doch die Ersparnisse, die dadurch entstehen, stehen in keinem Ver-

hältnis zum Imageschaden.“ Also trägt nun die ARD die Kosten, die sich durch die Rettungsaktion erhöhen dürften. Die Jacken samt Werbeschriftzug wurden nämlich längst an die ARD-Anstalten ausgeliefert und Anfang Dezember gar, samt Wintersport-Neuling Harald Schmidt, bei der Programmpräsentation für die Olympischen Winterspiele gezeigt. Nun muss umgeschneidert werden: Statt „Gore-Tex“ soll „Das Erste“ auf den Klammotten kleben.



ARD-Moderatoren mit Gore-Tex-Jacken