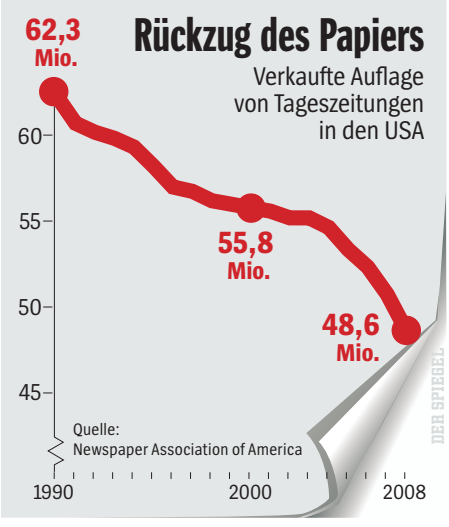
ches Magazin auf bis zu eine Million Euro. Das können sich bei ungewissen Aussichten auf Gewinn nur größere Verlage leisten.

Hinzu kommt: Für Zeitungs- und Zeitschriftenhäuser wäre es ein folgenreicher Fehler, ihr komplettes Geschäft nur über Apple abzuwickeln, glaubt McKinsey-Mann Bird. „Die Verlage müssen alles daransetzen, die direkte Geschäftsbeziehung zu ihren Abonnenten und Lesern nicht zu verlieren.“ Denn diese Daten sind neben den Inhalten ihr wertvollstes Gut. Nur wer den Leser genau kennt, kann gegenüber dem Werbekunden argumentieren. Genau hier liegen aber auch Chancen: Videos, Links, Animationen im entspannten Leseumfeld einer elektronischen Zeitschriftengeneration könnten mehr Emotionen wecken, als das auf Papier je möglich war.

Entscheidend wird wieder einmal der Apple-Marktplatz iTunes Store sein. Über



diese Plattform verkauft der Konzern heute nicht nur Musik, sondern auch millionenfach Mini-Programme für sein iPhone (sogenannte Apps).

Die genaue Gewinnaufteilung für die im Store vertretenen Mediengattungen ist nur in Teilen bekannt. Eine bis heute undurchschaubare und bisweilen träge Genehmigungsprozedur erschwert den Verkauf der Programme zusätzlich. Allein Apple bleibt es überlassen, welche Inhalte in die iTunes-Regale dürfen und welche nicht. So flog die App der Illustrierten „Stern“ im November ohne Vorwarnung kurzzeitig aus dem Shop. Grund: Ein paar erotische Fotos störten die Zensoren.

Und was geschieht, wenn das Unternehmen aus dem kalifornischen Cupertino irgendwann einmal der Ansicht sein sollte, die Politikberichterstattung des britischen „Guardian“ sei zu kritisch oder die Titel-Nackedeis in „Bild“ seien zu schamlos?

Apple ist schon einen Schritt weiter und will künftig auch elektronische Bücher verkaufen. iBook heißt der neue Einkaufsbereich, der zugleich eine offene Kampfansage an den Online-Platzhirsch Amazon ist. Wie schon im Musikgeschäft will Apple auch das Buchgeschäft abgreifen – und neu definieren.

Fünf US-Verlage hat man schon unter Vertrag. Auch der Börsenverein des Deutschen Buchhandels will nun aufspringen und bietet Apple seine Hilfe für den deutschsprachigen Markt an. Die Buchplattform Libreka, eine Art Anti-Amazon der hiesigen Verlage, könnte Inhalte liefern. Ob Apple auf diese Offerte eingeht, ist ungewiss.

Anders als elektronische Lesegeräte wie Kindle oder Sony Reader unterstützt das iPad auch aufwendige Grafiken. Gerade digitale Fach- und Schulbücher könnten sich nun vermehrt verbreiten.

Bei aller Hoffnung, die rund um den Globus durch die Branche weht, kommt das iPad aber hauptsächlich für nordamerikanische Medienhäuser zum richtigen Zeitpunkt. Gerade dort sind die Märkte für gedruckten Journalismus besonders angeschlagen (siehe Grafik).

In Kontinentaleuropa verläuft der Abwärtstrend vergleichsweise moderat, in Teilen Asien brummt das Geschäft. Apples Konzept zielt auf den ganz großen Coup: Schon Ende März soll eine erste Version des iPad global verfügbar sein.

Durch den virtuellen Einkaufsladen wird das Geschäft zusätzlich lukrativ. Zunächst werden die Geräte verkauft, dann die wechselnden Spielzeuge. Der Konzern verwaltet die Kunden, herrscht über das Abrechnungssystem und kontrolliert Zugang und Software. Die kreativen Inhalte liefern andere nur noch an.

Zwar kann das Mehr an Farbe, Multifunktionalität und Spaß bis zu 830 Dollar kosten. Aber das iPad-Erlebnis könnte auch völlig neue Märkte erobern: ältere, zahlungsbereite Kunden etwa, die vor allem an einfacher Bedienung interessiert sind. Moderne Handys und erst recht Laptops wirken noch immer oft so, als seien sie für jenen Typ Mensch gemacht, der sich auch den Bauplan für das Gerät ausgedacht hat: jung, männlich, Ingenieur.

Schon wenige Stunden nach der Präsentation des iPad nörgelten Technik-Fachleute, was dem iPad alles fehle an Anschlüssen und Möglichkeiten. Aber darauf kommt es wohl nicht so sehr an. Apples Geheimnis war immer auch, den Menschen eine Art Freund zu verkaufen. Das Gerät muss Spaß machen. Das hat die Konkurrenz jahrzehntelang vernachlässigt.

„FAZ“-Mann Schirrmacher findet das iPad gerade wegen seiner Schlichtheit gelungen. Allerdings hat er auch keine Sorge ums gedruckte Wort.

Seine überraschende Erklärung: „Papier ist bald das letzte Medium, das ich noch nutzen kann, ohne dass jemand mitliest, der weiß, wo ich gerade bin und mir vorschlägt, was ich noch kaufen soll.“

Markus Brauck, Martin U. Müller

Szene aus dem ARD-Film „Bis nichts mehr bleibt“:

FERNSEHFILM

Operation Scientology

Mit großem Geheimniskrämer-Tamtam hat die ARD das wahre Schicksal eines Aussteigers verfilmt. Das TV-Team fürchtete schon während des Drehs Ärger.

Heiner von Rönn könnte eine ziemlich erschütternde Liste erstellen mit Menschen und Werten, die er an Scientology verloren hat: Abertausende Euro, zehn Jahre seines Lebens, seine damalige Frau und seine beiden Kinder.

15 Jahre nach seinem Ausstieg aus dem Psycho-Imperium stand er kürzlich wieder mittendrin in seiner eigenen Vergangenheit, den Begriffen und Bedrohungen von einst. Seine Geschichte ist echt, die Kulisse war es nicht: In den nachgebauten Räumen einer Scientology-Niederlassung drehte ein Filmteam ein TV-Drama über eine Familie, die letztlich an der Organisation zerbrach. Die Story lehnt sich an Rönns Leben an, die gesamte Mannschaft des federführenden Südwestdeutschen Rundfunks (SWR) ging mit seltener Heimlichtuerei zu Werke.

Auf den Schildern, Drehbüchern, selbst auf der Regieklappe – überall stand als Titel „Der Tote im Sund“. Es war ein Tarnname, weil die Dreharbeiten für diesen ARD-Film absolut geheim gehalten werden sollten. Erst diese Woche wollen die Verantwortlichen an die Öffentlichkeit gehen: Am Dienstag möchten sie das fertig gedrehte Projekt präsentieren, das schließ-

CHRISTINE SCHRÖDER / SWR

„So lange wie möglich unter Verschluss gehalten“

lich am 31. März unter dem Titel „Bis nichts mehr bleibt“ gezeigt werden soll.

Zum ersten Mal wird es also einen Spielfilm geben, in dem es um Scientology geht. Glaubensterror als Abendunterhaltung. Ist die ARD mutiger geworden? Oder Scientology schlichtweg harmloser?

In den vergangenen Jahren hat das Erste immer wieder Filme über sensible gesellschaftliche Themen gesendet wie etwa Contergan. Nun hat man sich einer Organisation gewidmet, die für ihr rücksichtsloses Verhalten gegenüber Kritikern und Journalisten bekannt ist. Doch war die ARD-Paranoia im Vorfeld wirklich begründet?

Carl Bergengruen, Fernsehfilmchef des SWR, verteidigt die Geheimhaltung: „Scientology hat permanent versucht, auf unterschiedlichsten Wegen Details über das Projekt zu erfahren. Wir mussten befürchten, dass die Organisation alles tun würde, um mit juristischen Mitteln die Ausstrahlung des Films zu verhindern.“ Daher habe man „aus Sicherheitsgründen“ das Projekt „so lange wie möglich unter Verschluss gehalten“. Leise Anflüge von Verfolgungswahn erwischten das Team trotzdem schon beim Dreh.

Am Set erzählte man sich, eine Art Pressesprecher von Scientology sei gesichtet worden. Ein andermal fand ein Informant des Regisseurs Niki Stein den Kofferraum seines Autos aufgebrochen vor.

Erst dachte er sich nichts dabei, bis Steins Telefon klingelte und er sich an die Notizbücher im Kofferraum erinnerte. „Wir wissen, dass Sie einen Film über Scientology drehen“, sagte die Stimme am Telefon und legte wieder auf. Scientology dementiert auf Anfrage jede Beteiligung. Sonst wurden keine Vorfälle aktenkundig.

Immerhin: Während der Dreharbeiten spürte auch Aussteiger Rönn wieder altes Unbehagen. Er ist ein schweigsamer Mensch, der zwischen seinen Erzählungen oft hilfesuchend seine jetzige Frau Astrid ansieht. „Meiner Meinung nach war das so“, sagt sie dann und übernimmt für ihren Mann das Antworten.

Auch sie war einst bei Scientology und stieg dann mit Rönn aus, während dessen erste Frau mit den Kindern dabeiblieb.

Astrid von Rönn kann Jahreszahlen, Episoden und Namen besser ordnen. Ihr Mann Heiner wirkt in diesen Momenten wie jemand, der leicht den Überblick übers eigene Leben verliert. Das erklärt vielleicht auch ein wenig, wie erwachsene Menschen anfangen können, an Thetane zu glauben und Zehntausende Euro für Vitamine oder Auditing auszugeben.

Bevor Rönn 1984 von Scientology zu einem „Kommunikationskurs“ überredet wurde, hatte er von der Organisation nie gehört. Seine damalige Frau war bereits ein paar Monate dabei, überzeugt vom eigenen Bruder. Erst mehr als zehn Jahre später schaffte Rönn den Absprung, hochverschuldet und sozial isoliert; seine Familie war zu diesem Zeitpunkt nur mehr ein Fall fürs Familiengericht. Das alles solle wenigstens im Nachhinein einen Sinn bekommen, als Warnung helfen, findet er. So sei er bei dem TV-Projekt gelandet.

JÖRG MÜLLER / AGENTUR FOCUS

Scientology-Aussteiger Rönn
Altes Unbehagen – neu erlebt

89 Minuten lang erzählt die Fiktion nun bemerkenswert unaufgeregt in Rückblenden, wie ein Mann in die Arme von Scientology gerät und hinterher um das Sorgerecht für sein Kind kämpft. Zu sehen ist auch eine Fahrt in eine Art Straflager in der Europazentrale der Psycho-Organisation, das plötzliche Verschwinden der Ehefrau zur Zentrale in Florida und die Kasernierung der Tochter in einem geheimen Internat.

2,5 Millionen Euro hat die ARD in den Film gesteckt. SWR-Mann Bergengruen hat das Geld in eine penible Recherche, gute Schauspieler und eine ziemlich genaue Rekonstruktion investiert.

Obwohl einiges verfremdet wurde, bleibt erstaunlich, wie offensiv das reale Vorbild Rönn mit seiner eigenen Geschichte umgeht. Dafür hat er jetzt Angst, dass sein Hund vergiftet werden könnte oder man ihm zu Hause die Scheiben einschmeißt.

Bislang galt der Stoff schon aus rechtlichen Gründen als schier unverfilmbar. Unter Filmleuten war man sich nahezu gewiss, dass Scientology Ausstrahlungen gerichtlich untersagen lassen würde. So übte sich die Öffentlichkeit in Debatten um die Verfassungsmäßigkeit des Imperiums, oder man erzählte sich Schauergeschichten über Gehirnwäschen der obskuren Glaubensgemeinschaft. Dazwischen gab es nichts.

SWR-Mann Bergengruen hat nun die Lücke geschlossen. Den Anstoß dazu gab ausgerechnet der Schauspieler und Star-Scientologe Tom Cruise. Im November 2007 wurde ihm mit allerlei Ehrenbezeugungen der Medienpreis Bambi des Burda-Verlags überreicht. Da reichte es Bergengruen.

Dass das dramatische Thema nun zur TV-Abendunterhaltung taugt, hat aber wohl noch einen anderen Grund: Erst mit einem bestimmten Abstand eignen sich reale Sujets bisweilen als Fiktion. Die härtesten Auseinandersetzungen zwischen deutscher Öffentlichkeit und Scientology sind schon etliche Jahre her.

Andererseits hat die Organisation laut einer Analyse des Verfassungsschutzes angeblich nichts an Gefährlichkeit eingebüßt. Viel spreche dafür, dass sie „sinnvollerweise auch und gerade mit geheimdienstlichen Mitteln beobachtet werden“ müsse, urteilte das Verwaltungsgericht Köln.

Es sind nur noch ein paar Wochen, bis der Film im Fernsehen zu sehen sein wird. Kürzlich wurde Heiner von Rönn mit Frau und Hund vom Team noch mal in einen Vorführraum gebeten, um ihn vorab zu sehen. Rönn setzte sich mit seinem Hund in die erste Reihe. Als er sah, wie der Mann im Film an einem Geländer steht und sein Kind zum letzten Mal sieht, da weinte er.

Das TV-Drama endet mit dieser Szene. Das Leben der Rönns geht weiter. Nach der Vorführung fuhren sie zurück in ihre Dreizimmerwohnung am Hamburger Stadtrand. Im Kinderzimmer bewahrt Astrid von Rönn nun die Wäsche auf. Das ist die Realität ihres Lebens.

MARTIN U. MÜLLER