

SPRINGER

Hoppla, jetzt kommt RTL

Mehr als 40 Journalisten ermittelten vergangene Woche beim Axel Springer Verlag, wer eine gegen SPD-Kanzlerkandidat Gerhard Schröder gerichtete Anzeige in der „Welt“ schaltete. Es soll sich dabei um eine „juristische Person“ handeln, heißt es im Verlag. Der Anonymus, der für die Anti-Schröder-Aktion eine Werbeagentur beauftragte und der „Welt“ rund 38 000 Mark zahlte, wird jetzt wohl vor Gericht bekannt: Der Fernsehsender RTL hat in dieser Sache Strafanzeige gegen Unbekannt bei der Staatsanwaltschaft Köln erstattet. Grund: Das in dem ganzseitigen „Welt“-Inserat verwendete Foto wurde, so Chefredakteur Hans Mahr, „offensichtlich einem RTL-Beitrag des ‚Nachtjournals‘ vom 3. Dezember 1997 entnommen – und zwar ohne unser Wissen“. Es zeigt, wie Schröder beim Parteitag in Hannover eine Absperrung überspringt; der Kopf wurde per Fotomontage durch ein schärferes Motiv ersetzt. Das sei „Mißbrauch des Urheberrechts“, schrieb Mahr an den „Welt“-Chefredakteur Mathias Döpfner: „Eine Verwendung



RTL-Beitrag (1997), „Welt“-Anzeige (1998)

von RTL-Material im Zusammenhang mit Wahlpropaganda ist absolut inakzeptabel.“ Notfalls sei RTL gezwungen, „die notwendigen Schritte gegen die ‚Welt‘ einzuleiten“. Springer wollte dann, sagt eine Verlagssprecherin, sofort die Agentur nennen, die die „Welt“-Annonce ins Leben rief.

INTERNET

„Wenig Zeit“

Dorothea Coccoli Palsho, 50, Online-Chefin des Medienkonzerns Dow Jones („Wall Street Journal“), über Geldverdien im weltweiten Netz

SPIEGEL: Überall auf der Welt verlieren Verlage mit ihren Online-Angeboten viel Geld. Das „Wall Street Journal“ gilt als Ausnahme – zu Recht?

Coccoli Palsho: Wir kommen mit der elektronischen Version des „Wall Street Journal“ 1999 in die schwarzen Zahlen. Schon heute zahlen jährlich über 200 000 Online-Abonnenten bis zu 49 Dollar – ein wichtiges Argument für die Werbekunden.

SPIEGEL: Andere stellen ihr Angebot kostenlos ins Netz. Ein Fehler der Konkurrenz?

Coccoli Palsho: Wenn wir kein Geld mehr verlangen, können wir die Qua-

lität nicht aufrechterhalten. Unser Preis ist so niedrig, daß er keine Barriere darstellt. Und ich frage mich, wo sonst das Geld herkommen soll, um die Kosten zu decken.

SPIEGEL: Schadet Ihre Online-Version nach den bisherigen Erfahrungen dem gedruckten „Wall Street Journal“?

Coccoli Palsho: Nein. Die Print- und Online-Redakteure arbeiten in New York auf einem Stockwerk zusammen. Wer immer eine Top-Story hat – der andere profitiert davon. Das ist der Kern des Erfolgs.

SPIEGEL: Das Ende der Print-Fassung fürchten Sie nicht?

Coccoli Palsho: Auch die Auflagenzahlen der Print-Ausgaben sind stabil, auf absehbare Zeit bleibt die Zeitung am Leben. Aber wer weiß: Vielleicht lesen wir in einigen

Jahren die aktuelle Zeitung in der U-Bahn auf einem kleinen, tragbaren Bildschirm.



Coccoli Palsho

B. BOSTELMANN / ARGUM

FERNSEHEN

Pro Sieben ohne Ansagerinnen

Beim Umbau des eigenen Programms greift Pro Sieben zu radikalen Maßnahmen. So läßt Programmchef Jan Körbelin am 1. September die Ansagerinnen des TV-Kanals vom Bildschirm verschwinden. Bisher hielten die Münchner viel darauf, sich als einziger

deutscher Privatsender eine solche persönliche Präsentation zu leisten. Nun aber setzen sie wie die Konkurrenten RTL und Sat 1 auf viele bunte Werbetrailler, um die Höhepunkte in eigener Sache anzukündigen. Die Informationen ließen sich so „dichter und emotionaler“ vermitteln, erklärt ein Pro-Sieben-Sprecher, der Sender habe lange Zeit über diese Entscheidung diskutiert. Die Moderatoren rund um Silvia Laubacher sollen nun an anderen Stellen in dem Fernsehunternehmen arbeiten.



Trump

LUXUS

Ivanas Welt

Für eine gehobene Klientel will Ivana Trump demnächst Luxusgüter wie Champagner, Trüffel oder exklusive Kleider über das Kabelfernsehen und das Internet anbieten. Die Ex-Frau des New Yorker Immobilienhais Donald Trump, die nach einem langwierigen Scheidungsverfahren rund 25 Millionen Dollar kassiert hat, wird Chefin und Zehn-Prozent-Gesellschafterin des Senders 5th Avenue Channel, der im Herbst startet. Ihr Partner ist die Firma Tel-Com aus Florida. Zum Programm gehören etwa Sendungen wie „Ivana's World of 5th Avenue“, in der die luxusverliebte Gastgeberin Prominente beim Shopping durch die Boutiquen von Manhattan begleitet. Schon früher hatte Trump, eine gebürtige Tschechin, beim Teleshopping-Kanal QVC ihre eigene Schmuck- und Kleiderkollektion auf elektronischem Wege verkauft.