



„WETTEN, DASS ..?“

Entscheidung im Sommer

Die anhaltend schlechten Quoten und desaströsen Kritiken für „Wetten, dass..?“-Moderator Markus Lanz bleiben nicht ohne Wirkung. Das ZDF will noch die nächsten zwei Shows wie geplant ausstrahlen und dann in der Sommerpause über die Zukunft der Show und ihres Moderators entscheiden. Derzeit werden mehrere Szenarien einer möglichen Neuaufstellung der Sendung durchgespielt – sogar eine Verschiebung vom Samstag auf

einen Wochentag. „Vieles ist möglich“, heißt es dazu in Senderkreisen. Ob Markus Lanz für diese Neuaufstellung der Show offen sei, hänge dann am Moderator selbst. Als Talker stehe er jedenfalls nicht zur Disposition, heißt es in Mainz. „Wetten, dass..?“ hatte unter Lanz zuletzt nur noch 6,3 Millionen Zuschauer – 2 Millionen weniger als das RTL-Dschungelcamp am selben Abend. Gestartet war Lanz mit 13,6 Millionen Zuschauern.

ARD

Ein Posten für den Sohn des Chefs

Das Personalgebaren der Tochterfirma Telepool sorgt in der ARD für Befremden. Konkret geht es um eine Stelle, die bei dem Lizenzhändler zu Jahresbeginn geschaffen und mit dem Sohn von Telepool-Geschäftsführer Thomas Weymar besetzt wurde. Von München und Los Angeles aus soll der Junior Kontakt halten zu amerikanischen und deutschen Produzenten und den Kauf von Filmen vorbereiten. Man sei angesichts der Personalie „aus allen Wolken gefallen“, heißt es aus dem Kreis

der Telepool-Gesellschafter, zu denen die ARD-Anstalten BR, SWR und MDR gehören. Deren Intendanten hatten durch die SPIEGEL-Anfrage davon erfahren. Die Telepool-Spitze verteidigt die Einstellung Weymars: Sie sei das Ergebnis eines „regulären Bewerbungsverfahrens“, so Thomas Sierk, Leiter des Bereichs Filmhandel. Weymar junior habe aufgrund seiner Qualifikation überzeugt. Sein Vater sei nicht eingebunden gewesen, er wollte sich auf Anfrage auch nicht äußern. Bisher hatte eine amerikanische Agentur die US-Kontakte der Telepool gepflegt. Laut Sierk sei die neue Lösung „effizienter und kostengünstiger“. Weymars Sohn arbeitete zuletzt für ein Filmunternehmen und hatte davor einige Zeit in den USA gelebt.

VERLAGE

Gruner + Jahr erwägt Rückzug aus China

Mitte Januar noch verkündete der Medienkonzern Bertelsmann stolz, er werde sein Wachstum in China vorantreiben. Das Geschäft der Zeitschriftentochter Gruner + Jahr (G+J) war damit offenkundig nicht gemeint. Der Hamburger Verlag gibt seit 2006 zusammen mit dem chinesischen Partner Boda diverse Frauen-, Eltern- und Lifestyle-Magazine heraus. Doch nun erwägt G+J nach Angaben aus Verlagskreisen den Rückzug. Die Bertelsmann-Managerin Annabelle Yu Long, im Gütersloher Konzern für das China-Geschäft verantwortlich, soll nach einem Käufer für den G+J-Anteil von rund 50 Prozent Ausschau halten. Im Verlag heißt es, man prüfe alle Optionen. Einen offiziellen Verkaufsprozess gibt es bisher nicht. Bei G+J galt der chinesische Zeitschriftenmarkt bis vor kurzem als große Wachstumshoffnung, noch dazu als hochprofitabel. Die Erlöse stiegen jedes Jahr um rund 20 Prozent, mit etwa 100 Millionen Euro Umsatz ist G+J die Nummer zwei der Magazinverlage in China. Im vergangenen Jahr aber brach der auf G+J entfallende Gewinn von über 10 Millionen auf geschätzte 7 Millionen Euro ein, auch weil sich die chinesische Konjunktur abkühlte. Zudem meiden wichtige japanische Werbekunden chinesische Medien, seit sich beide Länder in einem Inselstreit verhasst haben. Mit einem Verkauf des China-Geschäfts würde G+J seinen Schrumpfkurs im Ausland fortsetzen: Die Magazine in Polen und Slowenien wurden bereits veräußert, auch aus Italien würde sich das Hamburger Medienhaus am liebsten zurückziehen. Stattdessen will der Verlag verstärkt in sein Kerngeschäft in Deutschland investieren; hier hat G+J bei der Digitalisierung seiner Magazine Nachholbedarf. Der Bertelsmann-Konzern selbst ist in China vor allem über seinen Fonds Bertelsmann Asia Investments aktiv, der sich an Internet-Startups beteiligt.



G+J-Titel „Rayli Fushi Meirong“