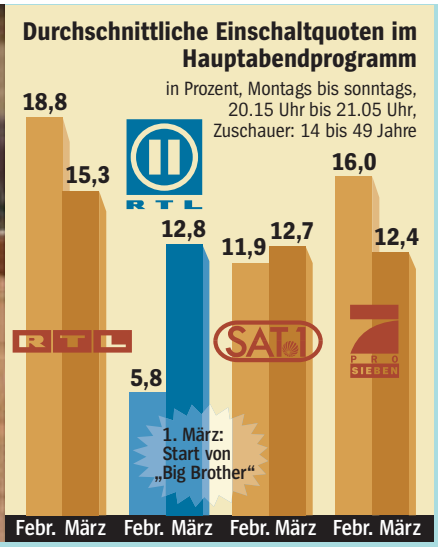

TV-Show-Teilnehmerin

RTL 2

Little Sister, Big Uncle

Vorwiegend von den Privatsendern RTL und Pro Sieben holt die tägliche Spannersendung „Big Brother“ auf RTL 2 ihre Zuschauer. Beide Kanäle verlieren nach 20.15 Uhr erheblich Zuschauer an die Container-Show. Nach Zahlen des Nürnberger Instituts GfK schalten zum Beispiel rund 500 000 Seher der RTL-Daily Soap „Gute Zeiten, Schlechte Zeiten“ danach zum Schwesterkanal RTL 2. Die Wanderung kann Folgen haben für die RTL-Senderfamilie, da Spots auf RTL für wesentlich mehr Geld verkauft werden. Rund 34 Prozent des „Big Brother“-Publikums sind laut GfK übrigens Stammseher – und die gucken sich offenbar heiße Szenen auch gern im Internet an. Unter Adressen wie „bigbrother.debox.de“ werden Fotosequenzen aus der Serie zum Herunterladen angeboten, vorzugsweise Duschdetails mit Manuela oder Jona. Ohne Urheberrechte haben die Betreiber einfach die Sendung auf Video aufgenommen und dann in PC-taugliche Fotos umgewandelt; als Emblem der Amateurshows wird etwa „Big Bit“ verwendet. Mittlerweile gibt es im Netz sogar das „Big Brother“-Spiel „Big Uncle“, eine zynische Variante des beliebten Computer-Ballerspiels „Moorhuhnjagd“. Statt Vögel huschen nun die Köpfe der TV-Container-Insassen über den Schirm. Wer die umstrittene Jona per Mausklick trifft, erhält Extrapunkte.

PRESSE

Frankfurter Frischzellenkur

Die „Frankfurter Rundschau“, in den siebziger Jahren die Pflichtlektüre von Sozialdemokraten und Gewerkschaftern, will mit Modernisierungsmaßnahmen den Anschluss an die überregionale Konkurrenz finden. Für den im Juni in Rente gehenden Chefredakteur Roderich Reifenrath, 64, soll ab Juli ein Triumvirat die „FR“ attraktiver machen und vor allem die bei rund 190 000 Stück stagnierende Auflage steigern. Zur neuen Führungsriege gehören die bisherigen Vizechefs Hans-Helmut Kohl und Jochen Siemens sowie ein externer Journalist, der noch gesucht wird. Geplant ist eine optische Auffrischung des Blatts – „wir werden im Laufe des Jahres über ein neues Layout nachdenken“, bestätigt Reifenrath. Bereits Ende April startet ein seit langem geplantes Farbmagazin im Zeitungsformat als Wochenendbeilage. Vor allem der Erfolg der „Welt“, die nach einer Generalreform die Auflage um 10 Prozent auf 240 000 steigern konnte, hat die träge „FR“-Maschinerie auf Touren gebracht. „Süddeutsche Zeitung“ (416 000) und die staatstragende Ortskonkurrenz „Frankfurter Allgemeine“(401 000) sind ohnehin weit enteilt.

I. GOROVENKO / IP-PHOTO

„FR“-Gebäude

ZDF

Das Frauen-Quartett

Mit einer neuen Quasselrunde für Frauen will das ZDF ab Herbst am Freitagnachmittag Quote machen und – wenn möglich – das Publikum verjüngen. Für die Sendung „Wir vier“ laden sich die Moderatorinnen Susanne Fröhlich, Sibylle Nicolai und Annabelle Mandeng jede Woche einen prominenten weiblichen Gast zur 45-minütigen Plauderei auf die Couch – „über ein exponiertes Thema“, erklärt ZDF-Programmdirektor Markus Schächter. Geplant sei aber keine reine Talkshow, sondern eine „Mischung aus Diskussion, Show und Service“. Gewappnet mit Rezepten für das Sonntagsessen, gegen Orangenhaut und für den kleinen Börsengewinn sollen die Zuschauerinnen ins Wochenende starten. Die Mitspieler des gemütlichen Quartetts sind einschlägig vorbelastet. Während Nicolai das ZDF-Frauenmagazin „Mona Lisa“ moderiert und Fröhlich im Radioprogramm des Hessischen Rundfunks die Single-Expertin gibt, hat Mandeng derzeit den sportivsten Job: Bei „Fit for Fun“-TV im Privatsender Vox sinnt sie über Gemüsepfannen und Problemzonengymnastik.

C. AUGUSTIN / ACTION PRESS

Mandeng