ARD

Mehr Macht für die GEZ

TV-Spot für Rundfunkgebühren

Die ARD hat sich intensiv mit der Zukunft der Rundfunkgebühren beschäftigt. In einem internen Papier diskutierten die Justiziare der ARD-Sender acht Modelle – und bevorzugten dabei eine vereinfachte Fassung des bisherigen Systems, wonach die Gebühreneinzugszentrale (GEZ) für das Aufstellen von Empfangsgeräten kassiert. Nach dem Planspiel zahlt künftig jeder Haushalt eine einzige Gebühr – die würde auch den Rundfunkkonsum über Computer und Handys erfassen. Damit möglichst viele zahlen, sollten, so die Experten, die zuständigen Behörden die relevanten Daten an die GEZ übermitteln. Dadurch entfiele „im Wesentlichen die Schwarzseher-Problematik“, heißt es in dem Papier. Im Klartext: Alle Einwohnerämter sollen ihre Informationen weitergeben. Nach dem ARD-Modell werden künftig zudem sozial Schwache nicht mehr durch Sozialämter, sondern via GEZ von der Gebührenpflicht befreit. Skeptischer sehen die ARD-Vertreter dagegen eine „Rundfunkbürgerabgabe“ („hohe Rechtsunsicherheit“) und ein „Beitragsmodell“, bei dem das TV-Geld zusammen mit Lohn- und Einkommensteuer vom Arbeitgeber kassiert wird („Akzeptanzprobleme“). Gänzlich abgelehnt werden Spezialabgaben für jedes verkaufte Fernseh- und Radiogerät (nötig wären 800 beziehungsweise 250 Mark), eine Finanzierung aus dem Staatshaushalt („verfassungsrechtlich unzulässig“) sowie eine Rundfunksteuer analog zur Kirchensteuer.

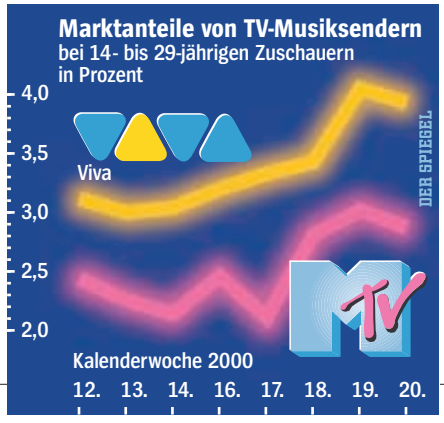
FERNSEHEN

Viva oder MTV?

Im Kampf der Musiksender um das junge Publikum führt nach bislang geheimen Quoten des Forschungsinstituts GfK der Kölner Sender Viva. So lag er nach einer Auszählung von acht Wochen im ersten Halbjahr bei den 14- bis 29-Jährigen konstant um mindestens 0,5 Prozentpunkte vor dem Rivalen MTV. Dessen Deutschland-Chefin Christiane zu Salm, 33, freilich wartete vergangene Woche mit der AWA-Umfrage für die Werbeindustrie auf, wonach täglich 4,54 Millionen MTV gucken (Viva: 4,37 Millionen). Mit eigenen Filmen, Zeichentrickserien und Kino-Co-Produktionen will Salm weiter zulegen, trotz der Börsen-Millionen der Viva Media AG, die jetzt an den Neuen Markt will. „So etwas wie ‚Lola rennt‘ darf nicht mehr an uns vorbeigehen“, sagt die Managerin, die sich außerdem Comicserien des Zeichners Brösel („Werner“) auf MTV vorstellen kann. Eine Last hat die Fernsehfrau weniger: Die Schwesterfirma VH-1, die seit dem Start im Jahre 1995 in Deutschland rund 80 Millionen Mark verlor, bekommt mit der Radiofirma AVE des Holtzbrinck-Konzerns einen neuen 50-Prozent-Gesellschafter. Der Plan: Die Hit-Antenne-Radios von AVE und das Pop-TV sollen sich gegenseitig bewerben. An VH-1 waren 1999 auch der Bauer-Verlag, ProSieben und EM-TV interessiert.

DPA

Salm



FERNSEHEN

„Absolut zufrieden“

ZDF-Sportchef Wolf-Dieter Poschmann, 48, über teure Fußballrechte und Quotenkrisen

SPIEGEL: Das ZDF hat gerade für das „Sportstudio“ Fußballrechte gekauft, unter anderem für das samstägliche Topspiel der Bundesliga. Ist das wirklich eine Preissteigerung von jährlich 25 Millionen auf 65 Millionen Mark wert?

Poschmann: Zu Zahlen sage ich nichts. Aber erstens bekommen wir für unser Geld ein ganzes Rechte-Paket, das – zweitens – unseren Einsatz lohnt, sonst hätten wir es nicht gekauft. Bisher waren die Tore des FC Bayern München schon überall zu sehen, bevor sie bei uns ankamen. Wer keinen Pay-TV-Decoder besitzt, bekommt sie beim ZDF nun endlich als Erstes zu sehen.

H. GALUSCHKA / ACTION PRESS

Poschmann

SPIEGEL: Sportrechte werden dauernd teurer, doch die Zuschauer wandern ab.

Poschmann: Bei der Fußball-EM erreichten wir knapp 20 Millionen Zuschauer, obwohl die deutsche Elf längst ausgeschieden war. Und wenn wir mit Live-Berichten von der Tour de France Marktanteile jenseits der 25 Prozent erreichen, müssen wir nicht deprimiert sein. Aber beim heutigen Überangebot selektiert das Publikum viel schärfer. Wir hätten alle gern bessere Zahlen.

SPIEGEL: Der Marktanteil des „Sportstudios“ ist im ersten Halbjahr ab und zu unter acht Prozent gerutscht. Häufig war die Sendung vom Aus bedroht, weil die Quoten chronisch sacken.

Poschmann: Nicht nur unsere. Damit muss heute jeder Sender leben. Wenn statt Sport aber ein Spielfilm läuft, sind die ZDF-Marktanteile auch nicht besser. Wir müssen die Relationen sehen.

SPIEGEL: Das heißt, Sie hängen einfach die Quoten-Latte tiefer?

Poschmann: Das müssen heute auch „Tatort“-Produzenten.

SPIEGEL: Was ändert sich außer dem Fußball-Schwerpunkt im „Sportstudio“?

Poschmann: Nichts. Ich bin mit dem Konzept absolut zufrieden – inklusive Torwand-Schießen, auf das sich Zuschauer und Gäste seit 36 Jahren freuen.