

TV-SHOWS

Großer Bruder, großes Geld

Viel Vertrauen in die Starqualitäten der nächsten „Big Brother“-Generation hat die Bertelsmann Music Group (BMG). So handelten die BMG-Manager mit der niederländischen TV-Produktionsfirma Endemol einen Vertrag aus, der ihnen für mehrere Millionen Mark die Musikvermarktungsrechte der im September bei RTL II startenden zweiten „Big Brother“-Staffel einräumt. Schon bei der ersten Staffel hatte BMG die Gesangsdarbietungen von Zlatko & Co. verkauft. Obwohl noch niemand die Starqualitäten der neuen Container-In-

sassen abschätzen kann, sieht sich BMG durch die bisherigen Verkaufserfolge gerechtfertigt. „„Big Brother“ ist eine starke Marke geworden“, sagt ein BMG-Manager. So verkaufte allein Zlatko von der Single „Ich vermiss Dich wie die Hölle“ knapp 850 000

Stück und wurde so zum Plattenmillionär. Sein Singsang-Duo mit Jürgen („Großer Bruder“) ging über 700 000-mal über den Ladentisch. Einige Kandidaten waren allerdings weniger erfolgreich: So verkaufte sich der „Big Brother“-Sampler nur 200 000-mal. Und die Gesangsversuche von Gewinner John und Andrea wollten bis Mitte des Monats nur 51 000 Käufer hören.



Jürgen und Zlatko

DPA



Feldmann

DPA

COMICS

„Alles Banane“

„Werner“-Erfinder Rötger Feldmann, 50, über seinen Einstieg ins US-Geschäft

SPIEGEL: Gemeinsam mit der Firma Platinum Studios wollen Sie demnächst 26 Kurzfilmchen für das Internet und das amerikanische Fernsehen produzieren. Mutiert die schleswig-holsteinische Comic-Knolle Werner zum US-Kid?

Feldmann: Polizisten heißen dann eben Sheriffs. Aber ansonsten wird Werner der gleiche freiheitsliebende Motorrad-

schrauber bleiben. Das mögen sicher auch die Amis ...

SPIEGEL: ... von denen Sie sagen, die seien „zu blöd, am Strand Bier zu saufen“.

Feldmann: Stimmt ja auch, bei all den Gesetzen dort. Aber es gibt auch jede Menge Profis, die ihr Handwerk verstehen. Animatoren zum Beispiel. Wer die Welt erobern will, muss in die USA, statt sich in Europa abzustampeln. Das ist cooler.

SPIEGEL: Entsteht da am Ende nicht doch nur Fabrikware wie aus einer der üblichen Comic-Retorten?

Feldmann: Nee, nee, das werden wir schon genau beobachten. Wenn uns was nicht gefällt, sagen wir das auch.

SPIEGEL: Bislang galt Werner in den politisch korrekten USA als unverkäuflich.

Feldmann: Filme wie „Verrückt nach Mary“ oder „American Pie“ haben bewiesen, dass es eine Gegenbewegung gibt. Die Amis schwärmen mehr denn je von einem freien Leben. Und ich verspreche: Unser US-Werner wird noch viel schlimmer als der alte.

SPIEGEL: So schlimm wie Ihr Börsenkurs?

Feldmann: Der ist mir ziemlich egal. Wir hatten gerade die dritte Hauptversammlung, und ich sitze da ja im Aufsichtsrat rum. Ist alles ein bisschen Banane.

SPIEGEL: Die Achterbahn-Aktie verlor seit Januar ein Drittel ihres Werts.

Feldmann: Deshalb heißen wir Achterbahn, weil wir bereit sind, mal richtig in die Talsohle zu kacheln. Das bringt ja erst das nötige Tempo für den Höhenflug.

FERNSEHEN

Star-Duo bei Phoenix

Mit prominenten Moderatoren will der öffentlich-rechtliche „Ereigniskanal“ Phoenix ab Herbst stärker auf sich aufmerksam machen und seinen bisher mickrigen Marktanteil (insgesamt 0,4 Prozent) steigern. So soll der frühere ARD-Studienleiter Martin Schulze, 63, („Bericht aus Bonn“) künftig an rund zehn Abenden im Monat auftreten – in der Sendung „Schwerpunkt“ (Montag bis Donnerstag) mit Talkrunden, Filmen und Zuschauerfragen zu einem aktuellen Ereignis. Freitags dann wird Schul-

ze, der zuletzt beim deutsch-französischen Kulturkanal Arte politische Themenabende leitete, 45 Minuten lang einen Gast auch zu Persönlichem befragen – nach dem Vorbild des US-Talkmasters Larry King, der mit breiten Hosenträgern und ungewöhnlichen Fragen zum Star wurde. Um den parteipolitischen Proporz zu karikieren, soll Schulze, der als SPD-nah gilt, mit roten Hosenträgern auftreten – und ein zweiter, konservativer Moderator mit schwarzen. Für diese



Schulze

FOTOS: ACTION PRESS



Hauser

Rolle ist der kauzige ZDF-Mann Bodo Hauser („Frontal“), 54, in der Diskussion, der vergangenen Freitag zum Co-Geschäftsführer des ARD-ZDF-Gemeinschaftskanals Phoenix ernannt wurde. Das neue Angebot

solle „das Profil des Senders abrunden“, sagt Programmchef Klaus Radke. Daneben wird künftig der sonntägliche „Presseclub“ im Ersten eine 15-minütige Verlängerung bei Phoenix erfahren: Die sechs Journalisten diskutieren dann live mit den Zuschauern.