

FERNSEHEN

„Aus unseren Fehlern gelernt“

ProSieben-Moderatorin Arabella Kiesbauer, 31, über ihre im November anlau- fende Abendshow „Arabella sucht“

SPIEGEL: Was suchen Sie?

Kiesbauer: Auf keinen Fall verrutschte Strumpfbänder oder verlorene Badekappen. Eher schon vermisste Personen. Wir geben Hilfestellungen, wenn die Menschen nicht weiterkommen, und arbeiten mit der Polizei zusammen.

SPIEGEL: Klingt wie die Rückkehr der tränenrührigen Sat.1-Show „Bitte melde Dich“ von Jörg Wontorra.

Kiesbauer: Unsere Show soll nicht zum Weinen sein. Neben den ernsten Themen haben wir auch bunte Elemente im Programm. Wir



Kiesbauer

suchen zum Beispiel eine erste Liebe, die jemand nicht vergessen kann.

SPIEGEL: Und Sie persönlich suchen, nach jahrelanger Talk-Präsenz am frühen Nachmittag, endlich einen Erfolg im Abendprogramm.

Kiesbauer: So wie die Talkshow quasi die Kür der Sendeformate ist, ist der Abend die Kür der Sendezeiten – und insofern natürlich immer reizvoll.

SPIEGEL: Einmal haben Sie diese Kür schon verpatzt. Vor drei Jahren flopte Ihre Show „Arabella Night“.

Kiesbauer: Ein richtiger Flop war das nicht. Die Quoten waren eher mittelmäßig. Das Problem war, dass ich mich mit der Sendung nicht wohlgeföhlt habe.

SPIEGEL: Ihre Nachmittags-Talksendung wurde von Politikern schon mal als Schmuttel-TV bezeichnet. Ist „Arabella sucht“ die Wiedergutmachung am Zuschauer?

Kiesbauer: Wir haben aus unseren Fehlern gelernt und am Nachmittag vieles wieder gutgemacht. Insofern ist das am Abend kein Thema mehr.

TELEKOM

„Alles Fremdkörperteile“

Mit recht skurrilen Methoden verteidigt die Deutsche Telekom ihr Image und das ihrer Manager. So untersagte der Telefonriese der „Wirtschaftswoche“ per einstweiliger Verfügung die Verbreitung einer in Heft 38 gedruckten Fotomontage: Sie zeigt Vorstandschef Ron Sommer auf einem zerbröckelnden „T“, dem Markenzeichen des Konzerns. Viermal wurde so eine kritische Analyse über Personalprobleme garniert. Die Telekom, schrieb Anwalt Matthias Prinz danach, sei „empört“, dass in der Montage offenbar von der „Oberlippe nach unten bis zu den Schuhen alles irgendwelche Fremdkörperteile“ seien, die mit „Dr. Sommer nichts zu tun haben“. Der Manager, monierte die Telekom, verwende anders als der abgebildete T-Mann keine Zweireiher, er trage seine Uhr an der rechten, nicht an der linken Hand und habe auch keine Schuhe mit hohen Absätzen. Das

Düsseldorfer Magazin will Einspruch gegen die einstweilige Verfügung einlegen und beruft sich auf die Kunstfreiheit; das Bild sei ordnungsgemäß als Collage ausgewiesen. Erst vor wenigen Wochen hatten die Bonner Wächter der T-Aktie durchgesetzt, dass die Deutsche Post World Net nicht mit dem Begriff der „P-Aktie“ werben darf.



„Wirtschaftswoche“-Beitrag



Diane Disney Miller

UNTERNEHMER

Wie war Disney wirklich?

Die Disney-Familie will in einer großen TV-Dokumentation das Leben der Cartoon-Legende Walt Disney (1901 bis 1966) zu- rechtrücken. Mitproduzentin ist die einzige noch lebende Tochter Diane Disney Miller, 67, die sich vor allem an dem 1993 erschienenen Buch „Hollywoods dunkler Prinz“ stört. Darin wird der Studioboss als neurotischer Tyrann geschildert, der sich bis zu 30-mal pro Stunde die Hände wusch und angeblich als FBI-Agent wirkte. In dem nun von der Disney Family Foundation mitfinanzierten Zwei-Stunden-Film „The Man Behind the Myth“, der Anfang 2001 zum 100. Geburtstag von Disney ins Fernsehen kommt, erscheint der Farmersohn dagegen als treu sorgender Familienvater, kreatives Genie und Patriot. So habe Walt Disney im Zweiten Weltkrieg für das Militär Lehrfilme produziert – „wunderschöne Zeichentrickfilme, anspruchsvoll und arbeitsintensiv“, so die Disney-Tochter. Per Comic wurde den Soldaten der Gebrauch von Waffen und Flugzeugen erklärt. Mit den Einnahmen konnte das Studio, das unter dem Wegfall der Umsätze in Europa litt, wirtschaftlich überleben.