

DIGITAL-TV

## Ziele weit verfehlt

Das digitale Fernsehen kommt in Deutschland noch langsamer voran als bislang angenommen: Bis 2010 werden nicht einmal die Hälfte der deutschen Haushalte die qualitativ besseren digitalen Fernsehbilder empfangen, so das Ergebnis einer bislang unveröffentlichten Studie des Marktforschungsunternehmens Goldmedia. Damit wird das noch von der Regierung Kohl festgelegte Ziel einer kompletten Umstellung auf die moderne Fernsehertechnik bis zum Ende des Jahrzehnts weit verfehlt. Der Hauptgrund: Mit den Kabelnetzen geht es nicht voran. Zum einem ringen noch immer Sender und Kabelnetzbetreiber um die Kosten für das digitale Angebot. Andererseits stockt die Konsolidierung des Kabelgeschäfts. Vergangene Woche kündigte das Kartellamt eine vertiefte Prüfung der geplanten



NORBERT MICHALKE

Haushalt mit Digitelempfänger

Übernahme der Regionalgesellschaften Ish, Iesy und Kabel BW durch den Marktführer Kabel Deutschland an. Das digitale Angebot bleibt angesichts der seit Jahren ungelösten Strukturfragen auf der Strecke. Ein weiteres Problem sind die Fernsehgeräte: Sie verfügen noch nicht über Digitelempfänger. In den USA wurde das Problem schlicht per Verordnung beseitigt: Ab 2007 müssen alle neuen Fernsehgeräte mit einem digitalen Empfangsteil ausgerüstet sein.

TV-NACHRICHTEN

## Offensiv informativ

Die „Tagesschau“ zeigt sich gut gerüstet für die anstehende Informationsoffensive der Privatsender: Mit 9,98 Millionen Zuschauern war die Mutter aller Nachrichtensendungen im ersten Halbjahr 2004 so beliebt wie seit 20 Jahren nicht mehr. Das Quotenhoch kommt zum richtigen Zeitpunkt, denn



DOMINIQUE FAURE / REUTERS

BMG-Star Alicia Keys



KLAUS BODDIG

Haentjes

MUSIKINDUSTRIE

## „Endlich mehr Freiraum“

*Michael Haentjes, 48, Chef der größten deutschen unabhängigen Plattenfirma Edel Music, über die Fusion der Plattenkonzerne BMG und Sony, CD-Preise und die Folgen für die Musikbranche*

**SPIEGEL:** Voraussichtlich am Dienstag wird die Europäische Kommission die Fusion der Plattenkonzerne Sony und BMG gestatten. Damit entsteht ein zweiter Musikriese, der gemeinsam mit Universal fast 50 Prozent des Marktes beherrschen wird. Droht damit der Untergang der unabhängigen Plattenfirmen?

**Haentjes:** Ganz im Gegenteil: Wir haben mehr Freiraum, um zu agieren. Da werden jetzt eine Menge Künstler freigesetzt, die zu wenig verkaufen und eher Nischen besetzen. Für solche Konzerne ist das Kleinkram, für uns dagegen sehr erfolgreich und ertragversprechend. Die Einzigsten, die sich sorgen müssen, sind die anderen Großen: Universal, Warner und EMI.

**SPIEGEL:** Das überrascht. Schließlich schießt Impala, der europäische Verband unabhängiger Plattenfirmen, unablässig mit markigen Worten gegen die Fusion und spricht von einer drohenden „Zerstörung des Musikmarktes“.

**Haentjes:** Das ist pragmatisch doch überhaupt nicht zu begründen. Wir haben uns die Hände gerieben, als wir von der Fusion erfuhren: Die lassen jetzt eine Menge fallen, und uns fällt es genau vor die Füße. Außerdem werden Sony und BMG sich nun erst mal mit sich selbst beschäftigen müssen – das kann nur gut für uns sein.

**SPIEGEL:** Die EU-Kommission, die den Zusammenschluss prüfte, hat vor allem Bedenken wegen heimlicher Preisabsprachen, gegen die die unabhängigen Plattenfirmen machtlos wären.

**Haentjes:** Warum? Die Ängste um Absprachen bei CD-Preisen sind völlig unbegründet. Wir Plattenfirmen haben da doch schon lange nicht mehr das Sagen. Ganz im Gegenteil: Der Handel diktiert uns den Preis.

**SPIEGEL:** Aber heißt mehr Konzentration nicht zumindest weniger Vielfalt? Werden wir bald von noch mehr globalem Plastik-Pop überschwemmt?

**Haentjes:** Nein, genau dort liegt die Chance für uns Independents: langfristige Künstler aufzubauen, um diese entstehenden Lücken zu schließen. Sollen die doch ihren Plastik-Pop machen und wir den coolen Rest.

### Zuschauer von TV-Nachrichten

in Millionen*	2002	2003	1. Halbjahr 2004
<b>„Tagesschau“</b> Montag bis Sonntag, 20 Uhr	9,62	9,75	<b>9,98</b>
<b>„heute“</b> Montag bis Sonntag, 19 Uhr	5,17	5,02	<b>4,87</b>
<b>„RTL aktuell“</b> Montag bis Sonntag, 18.45 Uhr	3,89	3,88	<b>3,85</b>
<b>„Sat.1 18:30“</b> Sonntag bis Freitag, 18.30 Uhr	1,73	1,80	<b>2,23</b>

\* Zuschauer ab 3 Jahren Quelle: AGF/GfK

vor wenigen Wochen verkündete RTL-Informationen direktor Hans Mahr eine Generalüberholung für „RTL aktuell“, und vom Spätsommer an präsentieren sich auch die Sat.1-Nachrichten mit dem vom ZDF abgeworbenen Moderator Thomas Kausch in komplett neuer Aufmachung. Bei Sat.1 reichte offenbar schon die Ankündigung einer News-Offensive, um deren abgeschlagen dahindümpelnden Hauptnachrichtensendung so viele Zuschauer wie seit Jahren nicht mehr einzubringen.