



Brandon Burgess

ist bei NBC Universal verantwortlich für das internationale TV-Geschäft und treibt seit 2002 die Expansion des New Yorker Medienkonzerns voran. Der 37-jährige ehemalige Goldman-Sachs-Banker, der nahe Frankfurt am Main aufwuchs, gilt als einer der Väter der Übernahme des Hollywood-Studios Universal durch NBC im vorigen Jahr und ist dem NBC-Universal-Boss Bob Wright, der auch Vize-Chef des weltgrößten Konzerns General Electric ist, direkt unterstellt. In Deutschland betreibt NBC Universal bereits die Pay-TV-Kanäle „13th Street“, „Sci Fi“ sowie über ein Joint Venture den „History Channel“; aus dem bisherigen „NBC Giga“ wird ein digitaler Spartenkanal.

TV-SENDER

„Basis für mehr“

Der Auslandschef des US-Medienkonzerns NBC Universal, Brandon Burgess, über den neuen Fernsehsender „Das Vierte“, der in dieser Woche startet, und seine Wachstumsstrategie

SPIEGEL: Sie haben eine deutsche Mutter, sind hier aufgewachsen und sprechen die Sprache fließend. Am Donnerstag starten Sie „Das Vierte“. War der seltsame Sendername Ihre Idee?

Burgess: Wir haben uns bewusst entschieden, uns in solchen eher kulturellen Fragen auf unser lokales Team um die Geschäftsführer Wolfram Winter und Olaf Castritius zu verlassen. Als sie die Namensidee bei uns in New York vortrugen, haben das natürlich nicht alle Kollegen sofort verstanden. Ich fand es aber von Beginn an ganz clever, denn der Name spiegelt unsere Hoffnung wider, was wir in Deutschland einmal sein wollen.

SPIEGEL: Zuerst soll er die Zuschauer aber wohl verleiten, den Kanal auf ihren Fernbedienungen gleich hinter den Dritten der ARD einzuprogrammieren. Ein Sendername allein wird da nicht reichen – mit welchem Programmangebot wollen Sie das schaffen?

Burgess: Indem wir das bieten, was wir versprechen, denn unser vollständiger Claim heißt ja „Das Vierte – Wir sind Hollywood“. Mit dem Filmstudio Universal im Rücken können wir auf 40 Jahre klassischer Qualitätsproduktionen bei Filmen und Serien zurückgreifen. Es wird für die Zuschauer täglich zwei Spielfilme zur Hauptsendezeit und ein Wiedersehen mit Serienklassikern wie „Magnum“, „Simon & Simon“ und „Quincy“ geben ...

SPIEGEL: ... die schon mehrfach gelaufen und sogar allesamt aktuell bei Super RTL zu sehen sind. Auch Hollywood-Filme sind auf den existierenden mehr als 30 Kanälen nun wirklich keine Mangelware. Gerade vergangene Woche hat Tele 5 sich ganz dem Thema verschrieben, es gibt bei Kabel 1, Vox und ProSieben und auch bei allen großen Anstalten regelmäßig Spielfilme made in USA. Wo sehen Sie da Ihre Lücke?

Burgess: Wir starten nicht ins Blaue, sondern haben sorgfältig Marktforschung

betrieben. Und die sagt eindeutig: Es gibt bei all diesem Angebot noch ein Vakuum zwischen Reality-Shows und deutschen Eigenproduktionen, das wollen wir füllen. Außerdem sind wir der einzige Anbieter, der dafür ein eigenes Studio im Rücken hat.

SPIEGEL: Warum zeigen Sie auf dem eigenen Kanal nur gut abgehangene Ware und nutzen ihn nicht als Schaufenster für das Beste, was Sie haben? Es wird keine Erstausstrahlungen geben. Universal-Filme wie die „Die Dolmetscherin“ oder die aktuell in Produktion befindlichen Spielberg- und Peter-Jackson-Projekte, „Munich“ und „King Kong“, wird man zuerst bei anderen sehen.

Burgess: Obwohl wir ein Konzern sind, stehen wir da im Wettbewerb und können für derlei Premiumprodukte schlicht nicht so viel bieten wie Sender mit größeren Marktanteilen.

SPIEGEL: „Das Vierte“ wird also eine reine Abspielstation für Konservenware, für die

General Electric



Umsatz 2004..... **152,9** Mrd. \$
Gewinn **16,8** Mrd. \$
Beschäftigte **307 000**

Geschäftsbereiche

Infrastruktur - Flugzeugtriebwerke, Bahntechnik, Energie
Industrie - Kunststoffe, Silikon, Sicherheit, Sensorik
Finanzen (Handel) - Finanzierungen, Versicherungen
Finanzen (Verbraucher) - Banken, Kredite
Gesundheit - Diagnosetechnik, Kliniksysteme

80%

NBC UNIVERSAL

TV-Sender, Film- und TV-Produktion, Film/DVD, Freizeitparks

über Beteiligungen

100%

NBC UNIVERSAL

bisher
NBC EUROPE
Giga, CNBC

Umsatz 2004..... **12,9** Mrd. \$
Gewinn vor Steuern **2,6** Mrd. \$

Pay-TV: 13th Street, Sci Fi, Studio Universal, History Channel (50%)



ab 29. September 2005

Sie so gut wie keine Programmkosten haben, weil Serien wie „Magnum“ schon x-fach abgeschrieben sind?

Burgess: Wir sehen das anders. In den USA und auf anderen Märkten funktionieren Kanäle mit ähnlichem Profil sehr gut. Zudem betrachten wir „Das Vierte“ als Basis für mehr. Natürlich wünsche ich mir, dass sich der Sender so gut entwickelt, dass wir künftig für Erstausstrahlungen mitbieten können.

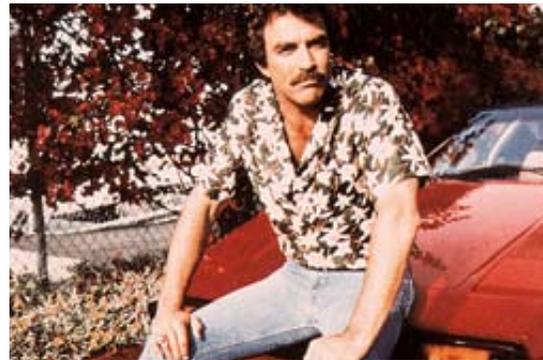
SPIEGEL: Der Eindruck des Kassettenfernsehens entsteht auch, weil Sie offenbar bis auf zwei kurze Kino- und DVD-Magazine kaum Eigenproduktionen planen. Soll es wirklich dabei bleiben?

Burgess: Wir planen auch regelmäßige Nachrichten aus Hollywood, was ja unmittelbar zum Programm passt. Aber politische Nachrichten oder Magazine machen wir nicht. Es ist nicht unser Anspruch, mit den Öffentlich-Rechtlichen zu konkurrieren.

SPIEGEL: Es könnten ja auch Eigenproduktionen im fiktionalen Bereich sein. Andere Studios betätigen sich hierzulande längst recht erfolgreich in diesem Segment, Sony Pictures Film etwa mit Serien wie „Nikola“ oder „Ritas Welt“.

Burgess: Genau das hat bei unserer Entscheidung, jetzt in diesen Medienstandort zu investieren, natürlich auch eine große Rolle gespielt. Wir haben jetzt mit einer Plattform angefangen, auf der wir aufbauen wollen, und gerade im Produktions- und Inhaltebereich sehen wir Wachstumspotential.

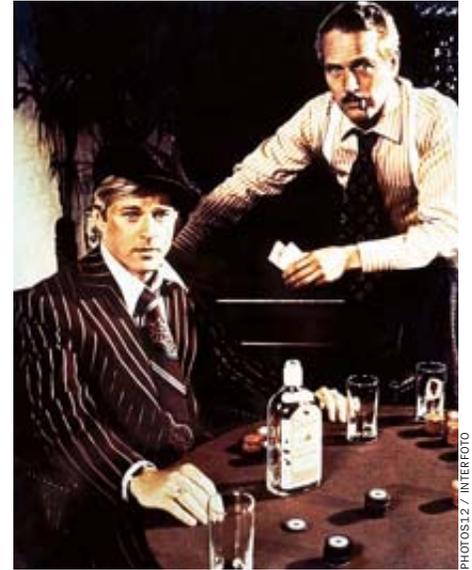
SPIEGEL: Aber warum starten Sie „Das Vierte“, Ihren einzigen Free-TV-Kanal außerhalb der USA, so zaghaft? Immerhin



Universal-Serie „Magnum“: X-fach abgeschrieben

wollen Sie die vierte Kraft im deutschen Fernsehen werden, und im Hintergrund haben Sie als Gesellschafter den größten und an der Börse wertvollsten Konzern der Welt, General Electric.

Burgess: Wir haben uns sehr bewusst für diesen Weg entschieden: Wir werden erst einmal die Ersten und Einzigen sein, die sowohl im analogen freien als auch im digitalen Bezahlfernsehen vertreten sind. Das Schöne ist: Anders als alle anderen kannibalisieren wir uns nicht selbst und halten uns alle Optionen offen. Natürlich wollen



Universal-Spielfilm „Der Clou“

Erst mal keine Erstausstrahlungen

wir mit unserer kleinen Senderfamilie wachsen – entweder aus uns heraus, durch Zusammenarbeit mit anderen Unabhängigen oder durch Zukäufe.

SPIEGEL: Meinen Sie mit Unabhängigen die Tele München Gruppe von Herbert Kloiber, die Tele 5 kontrolliert und Anteile an RTL II hält?

Burgess: Das könnte ich mir vorstellen.

SPIEGEL: Als Kooperationspartner oder als Akquisitionsobjekt?

Burgess: Sowohl als auch.

SPIEGEL: Sie setzen mit dem Start eines neuen werbefinanzierten Senders auf eine Besserung der Binnenkonjunktur und einen sich erholenden Werbemarkt. Nun starten Sie mitten im Wahlchaos – mit ungewissem Ausgang, politisch wie ökonomisch. Haben Sie die Entscheidung, in diesen Markt zu investieren, schon bereut?

Burgess: (lacht) Haben wir nicht. Wir wollen im ersten Jahr Einschaltquoten von durchschnittlich einem Prozent erreichen, das halten wir unter jeder möglichen Regierung für realistisch.

SPIEGEL: Wie ist die Resonanz bei den Werbekunden? Alle Sender klagen über drastisch sinkende Einnahmen, kein gutes Umfeld für den Start eines neuen Senders.

Burgess: Das Echo ist positiv, nicht zuletzt, weil wir unsere digitalen Sender mit anbieten können, auch die in anderen europäischen Ländern.

SPIEGEL: Ihr Ziel, ein Marktanteil von einem Prozent, klingt nicht sehr ehrgeizig. Glauben Sie selbst nicht an den Erfolg Ihres neuen Senders?

Burgess: Ganz im Gegenteil, wir lassen uns nur lieber positiv überraschen. Ich hoffe natürlich insgeheim, dass wir dieses Ziel übertreffen.

INTERVIEW: MARCEL ROSENBACH