FERNSEHQUOTEN

„Reine Willkür“

Ex-RTL-Chef Helmut Thoma, 69, über eine notwendige Änderung der TV-Zielgruppen-Währung

SPIEGEL: Dass Deutschlands TV-Macher heute die angeblich „werberelevanten“ 14- bis 49-Jährigen anbeten, haben wir Ihnen zu verdanken, richtig?

Thoma: Stimmt – leider. Ich komm mir vor wie der Zauberlehrling, der nicht mehr beherrscht, was er entfacht hat.

SPIEGEL: Sie kokettieren.

Thoma: Allenfalls a bisserl. Wir überlegten damals, Anfang der neunziger Jahre, einfach, wer unser RTL-Programm schaute. Und das waren vor allem die 14- bis 49-Jährigen. Deshalb machten wir die der werbetreibenden Wirtschaft schmackhaft. Es gab ja keinen Maßstab. Die Grenzziehung war reine Willkür.

SPIEGEL: Und alle fielen darauf rein …

Thoma: … was für mich immer noch faszinierend ist. Selbst ARD und ZDF rennen dieser Schimäre längst hinterher. Dabei hatte unsere Argumentation von Anfang an enorme Lücken.

SPIEGEL: Inwiefern?

Thoma: Wir haben der Werbewirtschaft suggeriert: Ihr müsst an die Jungen ran, die „Erstverwender“; deshalb braucht ihr auch keine alten Zuschauer, denn die sind markentreu. Aber ab 29 braucht man wirklich nicht mehr von „Erstverwendern“ zu sprechen. Außerdem: Wer hat denn heute das Geld? Die 50- bis 65-Jährigen.

BODO MARKS / DPA (L.); GREGOROWIUS / ACTION PRESS (R.)

RTL-Hit „Deutschland sucht den Superstar“

SPIEGEL: Ausgerechnet Sie plädieren nun für ein Umdenken?

Thoma: Die Werbewirtschaft und natürlich die Sender müssen angesichts des demografischen Wandels umdenken. Selbst die RTL-Zuschauer sind heute im Schnitt 47 Jahre alt. Da kann man nicht länger der selbstgeschaffenen Schimäre hinterherrennen. Die Macht der 14- bis 49-Jährigen geht zu Ende. Stattdessen müssen neue, kleine Zielgruppen definiert werden, die man dann auch mit spezifischem Programm bedienen kann.

VERLAGE

Ein Film pro Tag

Als pure Symbolnummer entpuppt sich die großangekündigte und medienpolitisch umstrittene Bewegtbild-Kooperation zwischen WDR und „WAZ“ im Internet. Nach gut drei Monaten Zusammenarbeit orderte der „WAZ“-Online-Auftritt „Der Westen“ gerade mal etwas mehr als 130 Filmchen – gut ein Beitrag pro Tag. Jeder davon kostet die „WAZ“ nicht einmal hundert Euro. Als „WAZ“-Chef Bodo Hombach und WDR-Intendantin Monika Piel die Zusammenarbeit Anfang des Jahres verkündeten, stand sogar Ministerpräsident Jürgen Rüttgers Pate. „WAZ“-Chef Hombach hatte sich damals durch die Übernahme von WDR-Filmen „eine erhebliche Steigerung der Qualität des eigenen Produkts“ versprochen. Der WDR wollte die Zahlen nicht kommentieren.

„WAZ“-Homepage

JOURNALISTEN

Mika wollte Interview verhindern

H. GALUSCHKA / PICTURE-ALLIANCE / DPA

Bascha Mika, Chefredakteurin der Tageszeitung „taz“, beklagt gern und häufig die gängige Autorisierungspraxis bei Interviews. Diese journalistische Form sei „verludert“, mit den Antworten würde von den Gesprächspartnern hinterher das „größte Schindluder“ getrieben, schrieb sie einst in der „taz“. Nun hat Mika selbst versucht, den Abdruck eines ihr nicht genehmen Interviews für das Buch „Die Vierte Gewalt“ (Kulturverlag Kadmos) zu verhindern. Das Gespräch sei zwar „gut transkribiert“, aber einige Aussagen hätten nichts „mit dem Thema zu tun“, teilte Mika den Autoren mit. Nach einem teils heftigen Mail-Wechsel untersagte sie jede Veröffentlichung und drohte mit dem Gericht, sollten einzelne Aussagen trotzdem bekanntwerden. Als das Buch – inklusive Mika-Interview – jetzt doch erschien, beschwerte sich die Chefredakteurin prompt beim Verleger; schon zuvor übergab sie den Fall ihrem Anwalt. Mika wehrt sich gegen Vorwürfe, das Interview unterdrückt haben zu wollen. Sie empfand einen Interviewer „als unseriös“ und habe kein Vertrauen mehr gehabt. Für das Buch wurden auch andere prominente Journalisten wie Maybrit Illner und Peter Kloeppel interviewt.