

FERNSEHEN

„In Demut erstarrt“

Sat-1-Entertainer Harald Schmidt, 40, zum Preisregen, der jetzt über ihn hereingebrochen ist

SPIEGEL: Die Gesellschaft für deutsche Sprache verleiht Ihnen den „Medienpreis für Sprachkultur 1998“. Wofür eigentlich: für Ihre Polen-, Schwulen- oder Ossiwitze?

Schmidt: Für alles. Und natürlich bin ich in tiefer Demut erstarrt, daß ich „in der besten Nonsens-Tradition seit Ringelnetz und Morgenstern“ stehen soll.

SPIEGEL: Die beiden Lyriker wurden nicht so angefeindet wie Sie.

Schmidt: Frauenfeindlichkeit, Fremden- und Selbsthaß – umstrittene Inhalte finden in meiner Show auf sprachlich hohem Niveau statt, wie bei Ernst Jünger zum Beispiel. Trotzdem habe ich im vergangenen Jahr wirklich schwer dafür auf die Fresse bekommen.

SPIEGEL: Dieses Jahr regnet es Preise für Sie: Bambi, Goldener Löwe und Grimme-Preis. Keine Angst, kaputtgelobt zu werden?

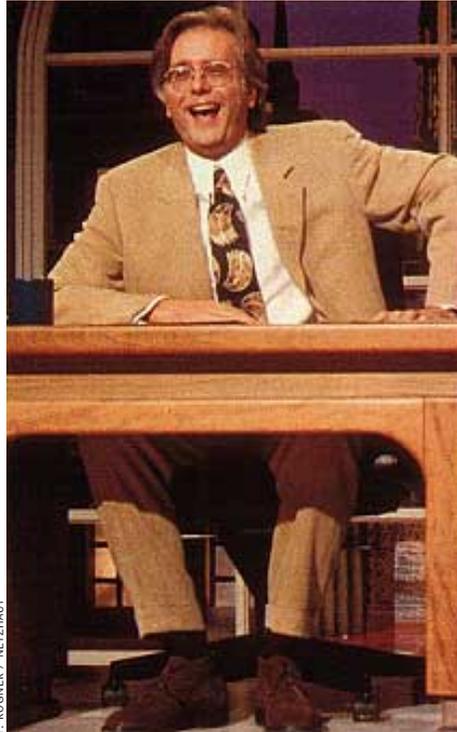
Schmidt: Ist doch schön, daß da ein echter Ruck durch die deutsche Preisverleihungslandschaft zu gehen scheint. Jeder, der mich auszeichnet, beweist Mut. Eigentlich hätte ich gedacht, daß der Sprachkulturpreis an einen der üblichen Verdächtigen geht, Marke „kammerspielkompatibler Wortakrobat“ ...

SPIEGEL: ... wie die früheren Gewinner Elke Heidenreich oder „Zeit“-Autor Dieter E. Zimmer.

Schmidt: Toll, nicht?

SPIEGEL: In Ihrem Fall soll sogar Alice Schwarzer die Laudatio halten.

Schmidt: Noch toller. Derweil sitzen die Bedenkenträger in ihren Redaktionsstuben und grummeln: Warum Schmidt?



Schmidt

SPIEGEL: Und warum ist der Moderator erfolgreicher als seine Show?

Schmidt: Angeblich verdient Sat 1 damit richtig Geld. Die Zuschauer werden mich noch zwei weitere Jahre ertragen müssen.

SPIEGEL: Welchen Ihrer Gags finden Sie besonders preiswürdig?

Schmidt: Die Wiederentdeckung von „Ede“ Zimmermanns Räuspern. Wer sich dieses „Grnch-grnch“ noch in eine Roman-Herzog-Rede live bei Harald Schmidt reingebeamt vorstellt, der weiß, daß es mit der Kulturnation Deutschland aufwärtsgeht.

DATENDIENSTE

Springer gibt „Go on“ auf

Die drei Medienunternehmen Bertelsmann, Springer und die WAZ-Gruppe („Westdeutsche Allgemeine Zeitung“) wollen auf dem Multimediasektor miteinander kooperieren. Bei Vorgesprächen mit dem Kartellamt erhoben die Wettbewerbsbehörden keine Einwände. Gegenwärtig wird noch an dem komplexen Vertragswerk gefeilt. Der Plan: Der Axel Springer Verlag wird seinen vor knapp einem Jahr in Hamburg und Berlin gestarteten regionalen Online-Dienst „Go on“ aufgeben. Der scheidende Vorstandsvorsitzende Jürgen Richter hatte bereits auf seiner Bilanzpressekonferenz im Frühjahr beklagt, daß die Internet-Aktivitäten seines Hauses bisher mehr als 30 Millionen Mark gekostet hätten, dagegen stünde lediglich eine Million Mark an Einnahmen. „Go on“, das mit bisher nur 2000 Abonnenten wenig erfolgreiche Produkt, soll aufgehen in einem 50:50-Joint-venture mit der Zeitungsgruppe WAZ. Deren Regionaldienst „cityweb“, der in Nordrhein-Westfalen mit 27000 Kunden operiert, soll zu einem bundesweiten Online-Service ausgebaut werden, den die beiden Verlage auch anderen regionalen Anbietern öffnen wollen. Springer und WAZ stützen sich dabei auf die künftig gemeinsam mit dem Bertelsmann-Konzern zu je einem Drittel betriebene Technikfirma Telemedia.

VERLAGE

Cleverer Bauer

Der Verleger Heinz Bauer betätigt sich offenbar als Finanzjongleur: Im vergangenen Geschäftsjahr verringerte sich das Eigenkapital in seinem Unternehmen (Umsatz: 2,91 Milliarden Mark) um über 700 Millionen Mark, während die Verbindlichkeiten gleichzeitig um knapp 400 Millionen Mark anstiegen. Von einem „dramatischen Verlust an Eigenkapital und einem drastischen Anstieg der Verbindlichkeiten“ schrieb daraufhin die „Süddeutsche Zeitung“. Der kaufmännische Leiter des Verlages gibt sich entspannt. Hendrik von Pupka: „Herr Bauer läßt sein Geld arbeiten, wenn es auf dem Kapitalmarkt mehr bringt, als Kredite kosten.“ Das Geschäft mache der Verleger als Privatmann. Über die Höhe des Geschäftsergebnisses schweigt das als ein Geflecht von Kommanditgesellschaften geführte Haus. Die Ertragslage sei zufriedenstellend. Derzeit bemüht sich Bauer („TV Hören und Sehen“, „Neue Revue“) um Expansion. Der Verlag ist ebenso wie Gruner + Jahr daran interessiert, das in Großbritannien zum Verkauf stehende Zeitschriften-Imperium der Reed-Elsevier-Tochter IPC zu erwerben, dessen Wert auf über zwei Milliarden Mark geschätzt wird.

WERBUNG

Grüner Werbepapst

Der Werber Michael Schirner, 56, vermarktet die Grünen im Bundestagswahlkampf 1998 als regierungsfähige Partei. Vor allem in Großstädten soll Schirner mit einem Budget von fünf Millionen Mark die „etwas älteren Jungen“ locken, sagt der Grünen-Pressesprecher Harald Händel, er habe ein „originelles Konzept“ vorgelegt. Und: „Schirner gilt als Werbepapst



Schirner

und steht uns politisch nah.“ Der Agenturchef selbst will einen „Wählerdialog“ forcieren und „auf keinen Fall den üblichen Wahlkampf der Köpfe und Leerformeln mitmachen“. 1994 noch hatte Schirner, der einst mit Motiven für IBM-Schreibmaschinen, Pfannreihekuchen und Eminence-Unterhosen bekannt wurde, kritisch angemerkt, die Parteien seien genauso wie ihre Wahlspots: „Spießig und einfallslos.“